

# **UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA SEDE QUITO**

## **CARRERA: COMUNICACIÓN SOCIAL**

**Tesis previa a la obtención del Título de Licenciado en Comunicación Social.**

### **TEMA:**

**REVISTA RADIAL MATUTINA DE COMUNICACIÓN CIUDADANA “TODOS SOMOS QUITO”.**

### **AUTORES:**

**ESTEFANÍA ANDREA PÁEZ BENAVIDES**

**JUAN XAVIER MONTERO CALDERÓN**

### **DIRECTOR:**

**PABLO TERÁN**

**Quito, octubre de 2012.**

Los conceptos desarrollados, análisis realizados y las conclusiones del presente trabajo, son de exclusiva responsabilidad de los autores.

Quito septiembre de 2012.

.....

Estefanía Páez Benavides

cc. 1721715660

.....

Xavier Montero Calderón

cc. 1718122243

## DEDICATORIA

Yo, Xavier Montero Calderón, dedico con todas las fuerzas de mis ideas este trabajo a mi mamá Sarita y a mi papi Silvio, a mis queridas hermanas Carolina y Abigail por su ayuda. Ustedes son mi ejemplo de constancia y alegría ante la vida. En un inicio, pensé que sería largo el camino para esta meta, pero me doy cuenta que es más corto de lo que imaginé. Al mirar hacia un par de años las expectativas que tenía sobre esta profesión eran muy grandes, y ahora lo son mucho más. ¡Gracias!

Agradezco a quienes me guiaron por el camino del periodismo y a todos quienes de alguna manera me aportan sus conocimientos. A las que me enseñaron a ser del grupo de personas que hacen que las cosas pasen.

Yo, Estefanía Páez, agradezco en primer lugar a Dios por la vida. Quiero dedicar este gran trabajo a mi madre Wilma, porque ella ha sido la principal guía en mi vida, porque durante estos años continúa a mi lado apoyándome en buenas y malas circunstancias. Gracias mamita porque has sido mi fortaleza cuando he decaído, porque cada uno de tus consejos me sirvió para salir adelante y luchar para conseguir mis metas de vida y profesionales, por eso te dedico este gran esfuerzo. A usted papito por el apoyo que me ha brindado. A mi hermano Joseph porque deseo ser un ejemplo para ti y demostrarte que los sueños que nos proponemos se pueden hacer realidad.

A mis tíos Marcelo y Rosa porque han sido como mis padres, gracias por estar junto a mí durante todos estos años, a mi primo Pablito porque siempre está pendiente de mí, apoyándome en lo que he necesitado eres como un hermano para mí.

Dedico además mi trabajo de tesis a mi novio Santiago porque ha sido un gran compañero de vida y ejemplo durante estos cuatro años que hemos estado juntos, gracias amor por todo.

Agradezco a mi compañero de tesis Xavi porque a pesar de las responsabilidades de cada uno, luchamos por conseguir lo que tanto esperamos, unimos esfuerzos y el resultado está en este gran trabajo. También a mis maestros, un agradecimiento especial a mis compañeros de trabajo, porque cada uno aportó para que creciera como profesional. A todos quienes me rodean porque día a día aprendo que el camino no termina, tengo muchas metas por cumplir y sé que contaré con el apoyo de todos ustedes.

Hoy me siento orgullosa y feliz de demostrarles que el sueño de ser periodista se cumplió después de muchos sacrificios. ¡Gracias infinitas!

## Índice

<b>Introducción</b>	<b>1</b>
<b>Capítulo 1: La comunicación y la historia.</b>	<b>4</b>
1.1 Las Escuelas de Comunicación.	4
1.1.1 La Teoría Funcionalista	5
1.1.2 La Teoría Estructuralista	6
1.1.3 La Teoría Crítica	6
1.1.4 La Escuela de Frankfurt	7
1.1.5 La Escuela de Palo Alto	8
1.1.6 La Escuela de Birmingham	9
1.1.7 La Escuela Latinoamericana	9
1.2 Sobre el análisis de la Teoría Crítica	10
1.2.1 La Teoría Crítica y el rol de la comunicación alternativa	11
1.2.2 La identidad	12
1.2.3 La dialéctica	13
1.3 El Producto comunicativo “Todos somos Quito” y la Escuela Latinoamericana.	13
<b>Capítulo 2: La radio y la comunicación para el Desarrollo.</b>	<b>16</b>
2.1 Comunicación para el Desarrollo	16
2.1.1 ¿Qué se entiende por comunicación?	18
2.1.2 Medios de comunicación para el Desarrollo	20
2.1.3 La comunicación y los proyectos de Desarrollo	21
2.1.4 Enfoques del Desarrollo	23
2.1.5 Importancia de partir de la gente	24
2.1.6 Identidad conceptos básicos	25
2.2 La producción radiofónica como elemento comunicativo.	26
2.2.1 Producción radiofónica	28
2.2.2 Los formatos radiofónicos	33

2.2.3	<i>Estrategias y técnicas de programación</i>	35
2.2.4	<i>Audiencias y programación</i>	36
2.3	<i>Desarrollo de la radio en Quito</i>	39
2.3.1	<i>Antecedentes</i>	39
2.3.2	<i>Radio Quito y el caso de “La Guerra de los Mundos”</i>	40
2.3.3	<i>La radio en Quito a finales del siglo XX</i>	42
2.3.4	<i>El tratamiento de una Ley de Comunicación en el marco de esta producción</i>	43
2.4	<i>La radio ciudadana para el Desarrollo ciudadano</i>	45
2.4.1	<i>El impacto y éxito de una radio ciudadana</i>	46
2.5	<i>Periodismo con un enfoque hacia el desarrollo ciudadano</i>	47
2.5.1	<i>Informar e interpretar</i>	49
2.5.2	<i>Desarrollo, Democracia y Ciudadanía</i>	50
 <b>Capítulo 3: Revista radial matutina de comunicación ciudadana</b>		
	<i>“Todos somos Quito”. La ficha propositiva del producto.</i>	52
3.1	<i>La necesidad identificada</i>	52
3.2	<i>La idea planteada</i>	58
3.2.1	<i>Sondeo de opinión a grupo objetivo</i>	58
3.2.2	<i>La línea editorial de Todos somos Quito</i>	64
3.2.3	<i>La revista radial Todos Somos Quito</i>	65
3.2.4	<i>Los detalle del producto</i>	66
3.2.5	<i>Los destinatarios</i>	66
3.2.6	<i>La cobertura</i>	67
3.2.7	<i>Los objetivos</i>	69
3.2.8	<i>El tema</i>	70
3.2.9	<i>Los subtemas</i>	70
3.2.10	<i>El formato</i>	76
3.2.11	<i>Su periodicidad</i>	76
3.2.12	<i>Los recursos y materiales</i>	77
3.2.13	<i>Los costos y el financiamiento</i>	79

<b>Capítulo 4:</b> <i>Algunas historias más sobre Quito...</i>	80
4.1 <i>¿Por qué es necesario contar las historias de los barrios de Quito?</i>	81
4.1.1 <i>Barrio La Kennedy</i>	82
4.1.2 <i>Barrio Cotocollao</i>	83
4.1.3 <i>Barrio Rosa Pérez Pallares</i>	84
4.1.4 <i>Barrio Músculos y Rieles</i>	85
4.1.5 <i>Barrio Loma Grande</i>	85
4.1.6 <i>Barrio San Juan</i>	86
4.1.7 <i>Calle Morales</i>	87
4.1.8 <i>Barrio Corazón de Jesús</i>	88
4.1.9 <i>Barrio El Tingo</i>	88
4.1.10 <i>El Panecillo</i>	89
<b>Capítulo 5:</b> <i>La producción de la semana piloto de Todos somos Quito</i>	90
5.1 <i>Los guiones y libretos de la semana piloto en Todos somos Quito</i>	90
5.1.1 <i>Para el lunes</i>	101
5.1.2 <i>Para el martes</i>	110
5.1.3 <i>Para el miércoles</i>	120
5.1.4 <i>Para el jueves</i>	129
5.1.5 <i>Para el viernes</i>	138
5.2 <i>La validación del producto</i>	146
5.2.1 <i>El grupo objetivo evaluador</i>	146
5.2.2 <i>Sobre el método y cuestionario al grupo objetivo</i>	147
5.2.3 <i>Las conclusiones del grupo objetivo</i>	149
 <i>Conclusiones</i>	 159
 <i>Recomendaciones</i>	 161
 <i>Bibliografía</i>	 163

## **Resumen**

La propuesta de producto comunicativo Todos somos Quito es una revista radial que tiene como pilar el derecho ciudadano a la identidad. En un ejercicio comunicativo enfocado en la promulgación de las historias de los barrios de la urbe capitalina, de las parroquias rurales del Distrito Metropolitano de Quito; que propone el conocimiento del cómo nacieron estos barrios y la posible adopción de un sentido de apropiación de los moradores de cada sector hacia su espacio.

La revista radial Todos somos Quito plantea un ejercicio de introspección en los habitantes de Quito. Visualiza un espacio de correlación de los perfiles de los ciudadanos destacados de cada barrio con las noticias que se generan en los mismos.

Todos somos Quito es una producción radiofónica elaborada bajo altos parámetros de calidad que apunta a consolidarse como una opción informativa y de entretenimiento para las audiencias. El grupo objetivo al que está dirigida son las amas de casa de entre los 20 y 45 años de edad y que se ubican en estratos sociales medios y bajos.

La teoría Crítica de la Comunicación y los postulados de la Escuela Latinoamericana son las bases teóricas de este trabajo.

La sustentabilidad del producto se enmarca en la producción pensada para transmitirse en un medio de carácter público. El aporte económico está pensado en el pautaaje publicitario o destinación dentro de un plan comunicacional de diferentes subsecretarías para cada uno de los siete segmentos que conforman Todos somos Quito.

Se realiza la producción de tres programas piloto y los guiones de cinco programas como ejemplo de las temáticas enmarcadas en las políticas del producto. Además se reseña la investigación de 10 poblados urbanos y rurales con los que se podría establecer más ediciones.



## INTRODUCCIÓN

Quito es una metrópoli situada a los 2 800 metros sobre el nivel del mar, en la Hoya del Guayllabamba, en la Sierra Norte de la cordillera de los Andes. En sus calles se cuentan más de 500 años de historia colonial que reseñan los principios de la ocupación española, en los años subsecuentes la llegada de Cristóbal Colón a América y la evolución de las revoluciones independentistas, hasta los albores de una urbe cosmopolita que se proyecta en el siglo XXI.

Las huellas de las sociedades originarias que habitaron estas tierras siguen presentes en algunos vestigios que se exhiben en museos bajo vidrios blindados. Aunque las memorias culturales tienen otro escenario, principalmente en la idiosincrasia del Quiteño, el mestizo que no cuenta con profundos registros de su historia.

Pero en cuanto a lo palpable, en esta ciudad de forma rectangular con un área de 72 Km. de longitud por 8 Km. de ancho habitan unos 2,2 millones de habitantes. Los quiteños y las quiteñas viven distribuidos en 32 parroquias urbanas y 17 rurales. Cada uno de estos sitios posee una historia por conocer.

El 27 de diciembre de 1993, mientras se declaraba a Quito como Distrito Metropolitano, 33 parroquias rurales y suburbanas pasaban a los registros de las arcas fiscales de la Municipalidad. Hasta aquel tiempo, los presupuestos de las zonas rurales se vinculaban con el ejercicio presupuestal del Consejo Metropolitano de Quito. Parroquias como Nayón, Alangasí, Cumbayá y Tumbaco iniciaban su crecimiento poblacional y eran incluidas como parte del Distrito Metropolitano. Comunidades como Cocotog, Pisulí, Cutuglagua... se reconocieron como parte de la metrópoli.

Los esfuerzos de las autoridades metropolitanas apuntan a la construcción de una identidad como “ciudadano Quiteño” y que se enfoca en el fortalecimiento de las normas de urbanidad del Distrito. Los resultados no han sido los esperados.

Existe una posibilidad para mejorar sobre lo actuado. Un intento por contribuir a la capital es realizar un ejercicio comunicativo con el eje del conocimiento sobre los procesos de construcción de los diferentes espacios que edifican esta ciudad. El fin es

que se promueva la apropiación de cada persona que transita por cada sector para que se apropie de este lugar, lo proteja y lo promueva ante la sociedad.

Es decir, si los moradores de cada sector se empapan con las historias de sus plazas y parques, del origen del nombre de cada barrio, de sus primeros moradores... su actitud de benevolencia con sus vecinos mejoraría. En muchos casos, la gente es indiferente con los problemas de la ciudad. La solución entonces no está en el camino de la denuncia noticiosa. Por el contrario se halla en el conocimiento de los espacios ciudadanos.

La revista radial busca plantearse como una alternativa comunicacional para responder a lo anteriormente establecido. El crear espacios de discusión de la opinión pública desde la esencia de cada hogar de la capital. Donde los ciudadanos se interesen por la temática política de su urbe y adopten como propios los espacios que habitan. Pero esto no se puede lograr con la vía de la denuncia negativa, de la noticia amarillista, del registro que queda sin solución.

La revista radial es el accionar de la comunicación desde la proposición de conceptos, no desde la implementación de teorías. Las acciones que procuran un desempeño considerable en el bienestar social son altamente reconocidas por los medios y también en la sociedad que motiva su ejecución.

El presente trabajo busca ese reconocimiento a las buenas prácticas de ciudadanía en la defensa de la urbanidad, de su crecimiento sustentable como Distrito Metropolitano. La temática relacionada con la inseguridad ciudadana es un factor determinante en la creación de este espacio. Lo que se busca es motivar a que los moradores de Quito, dejen de lado la apatía ante los ambientes de inseguridad.

Uno de las metas del producto es utilizar a la Radio como un medio de penetración social de bajo costo y que podría influir con resultados a corto plazo en la creación de audiencias críticas. Es decir, unos radioescuchas que valoren el producto y del que se adueñen para analizarlo y criticarlo antes de adoptarlo.

‘Todos somos Quito’ está diseñado y estructurado con duración 60 minutos, los cuales se dividen en 48 minutos de programación y 12 minutos de cortes entre partes. El programa cuenta con siete segmentos que se detallan a continuación:

De lunes a jueves: Segmentos Cronista de tu barrio, Los problemas de tu barrio, El invitado responde, Las comunicaciones con los vecinos, El vecino destacado, Las noticias del barrio y Agenda local.

Los viernes: Cronista de tu barrio, El vecino destacado, Las comunicaciones con los vecinos, Al ritmo de tu barrio, Las noticias del barrio y Agenda local.

Los espacios radiales producidos que conforman esta propuesta comunicativa han sido creados para fomentar un pensamiento crítico en las audiencias objetivas y que puedan consolidarse en emisores de información en forma adecuada y responsable. Otra de las premisas es la retroalimentación para los oyentes tomando en cuenta la coyuntura.

Los segmentos están pensados en que se permita y fomente una participación colectiva basados en el entretenimiento y la propuesta a la denuncia hecha. Esta práctica se aleja de los ejercicios tradicionales de los espacios llamados ‘noticieros de comunidad’ de los medios arraigados de la ciudad. En ellos se prioriza la denuncia, especialmente de las relacionadas con la incompetencia del aparataje del gobierno municipal de turno.

‘Todos somos Quito’, por el contrario, plantea que la ciudadanía es el eje fundamental de una gobernabilidad democrática, la misma que se construye desde la promoción e información de los procesos sobre la construcción de su identidad.

En las siguientes hojas se muestra -en detalle- los pilares, los signos y los preceptos que motivaron a la propuesta comunicativa ‘Todos somos Quito’.

## **CAPÍTULO 1: LA HISTORIA DE LA COMUNICACIÓN**

En la introducción del libro *Historia de las teorías de la comunicación* redactada por Michéle y Armand Mattelart<sup>1</sup> se escribe sobre la importancia de la comunicación en las sociedades del tercer milenio. Así también ellos justifican su trabajo en la compilación de información necesaria para la sustentación de los cuestionamientos sobre la legitimidad científica, experimental y procedimental de este campo de las ciencias sociales.

De allí la importancia de plantear en el texto los pilares teóricos que sostienen a la revista radial ‘Todos somos Quito’. La retrospectiva inicia con un recorrido de las principales Escuelas de la comunicación y termina con el planteamiento de la relación entre el producto radial y los conceptos de la Escuela Crítica.

### **1.1 Las Escuelas de Comunicación.**

Desde los albores del siglo XX la comunicación ya se entendía como un caso de estudio. A escala mundial, la imprenta se iba transformando en la herramienta de poder político y contra opinión pública en las sociedades en las que se masificaba. El invento considerado insignia de la Revolución Industrial del 1800 había generado un nuevo orden mundial, donde la premisa era la promulgación masiva de conocimientos.

A la par, la telegrafía iba cediendo terreno a la radiodifusión. La industria de la comunicación iba tomando presencia, desde las factorías que construían radiorreceptores a bajo costo a los primeros productores de contenidos.

Los académicos determinaron las posibilidades de transformación social que motorizan los medios de comunicación. La política, en general, ganaba terreno dentro de un grupo humano con la validación de su discurso desde los medios. La industria localizó un canal para promulgar sus clientes a escala nacional y transnacional. El objetivo era masificar sus clientes mediante los anuncios que emitían los nacientes medios masivos. Se acuñaron implícitamente los términos propaganda y publicidad.

---

<sup>1</sup> MATTELART, Armand & Michéle. *Historia de las teorías de la Comunicación*. Ed. Paidós. Barcelona, España 1998 Pág. 9.

Entonces la academia inició sus procesos investigativos para determinar el uso y las repercusiones de estos nacientes fenómenos sociales. Las corrientes de estudio en cuanto a la investigación de la comunicación se denominaron Teorías y Escuelas:

### **1.1.1 La teoría Funcionalista**

Surgió con la intención de investigar la comunicación. Su preocupación central está relacionada con las funciones que desempeñan los medios de difusión en un sistema social. De allí que se visualiza sus principales acciones y posteriores consecuencias.

La corriente de estudio supone un análisis situacional de los mass media<sup>2</sup> sobre sus contenidos difundidos y de sus audiencias. A todo este se atribuye que también se la conozca como mediológica, por los medios y sus efectos.

Según el Funcionalismo<sup>3</sup>, la comunicación tiene forma lineal porque implica un emisor, un canal, un mensaje y un receptor. Asimismo se establece una relación entre el emisor y el receptor; un contexto en el que se produce la comunicación y también una serie de factores que influyen en el mensaje.

Charles Wright, uno de sus principales representantes teorizó acerca de la comunicación masiva y sus argumentos postulan que no se trata solo de un fenómeno normativo y repetitivo. También describe que aparte de sus funciones básicas dispone de una organización y esquematización. Wright propone una fórmula que amplía el paradigma de Harold Laswell: ¿Quién dice? ¿Qué? ¿Por qué Canal? ¿A quién? ¿Con que efectos?

Junto a este teórico figuran otros representantes como el ya mencionado Harold Laswell, Paul Lasarfell, Wilbur L. Schramm y David Berlo.

---

<sup>2</sup> MATTELART, Armand & Michéle. *Historia de las teorías de la Comunicación*. Ed. Paidós. Barcelona, España 1998 pág. 26.

<sup>3</sup> Ídem. Pág. 30.

### **1.1.2 La teoría Estructuralista**

Deviene de las propuestas que hizo Ferdinand de Saussure respecto de la lingüística. Esto con referencia a la preponderancia del sistema del entorno y de los signos independientes. El estudio se preocupa esencialmente en la significación de los niveles y subniveles de la comunicación, en sus modalidades y estructuras. En consecuencia, su objeto de estudio se centra en el mensaje.

Sobre la comunicación, la teoría Estructuralista<sup>4</sup> la considera un espacio de interacción e interrelación entre el emisor y el receptor. Entre estos dos existe una retroalimentación que se entiende como un acto bilateral que produce nuevos significados.

En todas las partes de un sistema comunicativo actúan el emisor y el receptor con iguales posibilidades. Esto último se entiende como un acto de producir y reproducir significados y se diferencia de los postulados del Funcionalismo por la igualdad de condiciones dadas a ambas partes de la cadena comunicacional.

Los teóricos estructuralistas desarrollaron los modelos de estudio para el análisis lógico de cada relato comunicacional a fin de que explique sus relaciones significantes.

Entre sus representantes figuran autores como: Ronald Barthes, Roman Jakobson, Algirdas Julius Greimas, Humberto Eco, Abraham Moles, Noam Chomsky.

### **1.1.3 La teoría Crítica**

Es la corriente que utiliza, entre otras, al marxismo como la base dogmática para formar una nueva teoría. Los integrantes del Instituto de Frankfurt fundado en 1923 engrosan sus filas. La aplicación de los preceptos marxistas tiene como objetivo la comprensión de las determinaciones macro sociales de los fenómenos de la convivencia humana.

La teoría Crítica enfatiza a los orígenes de las teorías en los procesos sociales, sin aceptarlas de inmediato como lo hacían los empiristas y los positivistas. También se interesa por la transformación del orden social y el contraste de las temáticas propias de

---

<sup>4</sup> MATTELART, Armand & Michéle. *Historia de las teorías de la Comunicación*. Ed. Paidós. Barcelona, España 1998 pág. 54.

la sociedad. Al iniciarse en el siglo XX el autoritarismo y la industria cultural tomaban campo dentro de la sociedad. De allí que no se limita a describir o clasificar los datos de la investigación más pretende una valoración crítica de la propia elaboración científica.

La propuesta de un análisis crítico social busca atribuir un sitio estratégico a la cultura, negándose a reducir los fenómenos culturales a meros reflejos ideológicos de intereses de un grupo social dominante. El examen implica la dinámica económica del capitalismo como fuente de comercio cultural en una sociedad.

Sus investigadores, en la primera etapa, fueron: Max Horkheimer, Teodoro Adorno, Herber Marcuse, Ernest Bloch, Walter Benjamin, Erick Fromm.

En la segunda etapa: Jürgen Habermas es el miembro más destacado de los últimos años, quien afirma que la tecnología supone una amenaza para la cultura y la civilización. Para este autor una transformación de la teoría y la práctica sociocultural podría alterar la civilización moderna y sus consecuencias.

Habermas<sup>5</sup> también asegura que la teoría crítica debería descubrir y describir los orígenes sociales del conocimiento. De esta manera se lograría una emancipación de los seres humanos. También cuestiona el papel de la industria cultural de esclavizar a los sujetos pensados como objetos, meros números para la cultura de masas, cultura de farsas, que se apoyan en los medios de comunicación empresariales.

#### **1.1.4 La Escuela de Frankfurt**

La Escuela de Frankfurt es una escuela de pensamiento e investigación social que surgió a partir del Instituto de Investigaciones Sociales de la Universidad de Frankfurt, con sede en la ciudad del mismo nombre, en Alemania.

---

<sup>5</sup> MATTELART, Armand & Michéle. *Historia de las teorías de la Comunicación*. Ed. Paidós. Barcelona, España 1998 pág. 96.

“Escuela de Frankfurt”<sup>6</sup> es un término informal que se refiere tanto a los pensadores y miembros académicos de aquel Instituto como a quienes han teorizado sus investigaciones influenciados por esta corriente.

Inspirándose en las letras de Carlos Marx, Sigmund Freud y Max Weber; y que se promulgaron hasta mediados del siglo XX, la Escuela de Frankfurt analiza en conjunto la filosofía y teoría social, a fin de desarrollar una teoría crítica sobre la sociedad contemporánea: el ‘Actuar comunicativo’ va más allá de la crítica de las realidades y se ubica en la proposición de posibles soluciones a los conflictos comunicacionales.

Sus mayores representantes fueron Max Horkheimer, Teodoro Adorno, Herber Marcuse.

La Escuela de Frankfurt sostiene que la gente y la clase, se subordinan a la determinación de las imágenes y a los planteamientos habituales del sistema dominante. En sintonía con la Teoría de la sociedad de masas, Marcuse planteó que los grupos sociales son unidimensionales y que su consolidación es resultado de la industria cultural. Los medios de comunicación son, así lo plantea Frankfurt, un poderoso mecanismo que pretende contener la degeneración social vinculada al modelo de hegemonía cultural del modernismo y postmodernismo.

### **1.1.5 La Escuela de Palo Alto**

La Escuela de Palo Alto tiene como objetivo estudiar, teorizar y conceptualizar la comunicación de las personas desde las Ciencias humanas y sociales. Para ello se basa en la antropología, la sociología, la psicología, entre otras ciencias. En la Escuela se profundiza sobre dos disciplinas: la kinésica y la proxémica.

Sus principales representantes son Gregory Baterson. Paul Waslawick, entre otros. Ellos plantean un modelo circular comunicativo donde la interacción no tiene un punto final ni un punto de inicio. Sin embargo, los teóricos expresan que se necesita del ‘alter’ para que la comunicación desde el ‘ego’ tenga sentido.

---

<sup>6</sup> MATTELART, Armand & Michéle. *Historia de las teorías de la Comunicación*. Ed. Paidós. Barcelona, España 1998 pág. 61.



Para la Escuela de Palo Alto todo tiene un sentido. Esta significación parte desde lo cultural y se convierte en subjetivo. Las concepciones de los signos y las palabras dependen del contexto cultural y están en constante re significación.

### **1.1.6 La Escuela de Birmingham**

Birmingham es el primer centro de investigación que experimenta a la consolidación en una síntesis de los postulados de las teorías críticas nacidas desde diversas procedencias, disciplinas y epistemologías. Esto con el objetivo de que puedan aplicarse para el estudio de laboratorio de los fenómenos comunicativos.

La Escuela de Birmingham<sup>7</sup> estudia la sociedad contemporánea con un fuerte nexo entre los medios de comunicación que derivan en una sociedad de masas. Esta corriente aspira la comprensión de los articulados entre las prácticas culturales y las prácticas socioeconómicas que benefician este tipo de desarrollo en un grupo humano.

En Birmingham se niega a los medios de comunicación como vehículos netos de transparencia. Es decir, los canales comunicativos poseen significados ocultos o implícitos. A su vez, ponen espacial énfasis en la estructuración lingüística e ideológica del mensaje. Son los fundamentos de la semiótica.

Asimismo, rechazan los postulados que encasillan a las audiencias como entes pasivos y receptivos sin limitaciones: las tabulas razas. Los teóricos de Birmingham las mencionan como sujetos no objetos que poseen concepciones más activas. Ponen atención a la encodificación y las variaciones de las decodificaciones de la audiencia.

### **1.1.7 La Escuela Latinoamericana**

Las primeras investigaciones de comunicación en América Latina surgen en ambientes típicamente profesionales comunicativos. Estos estudios son demandados por las emergentes industrias culturales y constituyen factores decisivos para la formación de las primeras agencias privadas con un objetivo: las variables de generación de la opinión

---

<sup>7</sup> MATTELART, Armand & Michéle. *Historia de las teorías de la Comunicación*. Ed. Paidós. Barcelona, España 1998 pág. 71.

pública, los conceptos de audiencias y mass media; la aplicación de la persuasión y la concepción de consumidores de cultura.

Los estudios hablan de una comunicación contaminada<sup>8</sup>, principalmente por la lógica mercantil que se implanta a mediados del siglo XX. La principal crítica que se establece es la unidireccionalidad de la relación comunicativa. Los grandes medios, que usan ingentes presupuestos para la tecnologización de sus canales, no promueven un método para recoger la réplica que suscita en las audiencias lo que están emitiendo.

Los públicos pasan a consolidarse en consumidores pasivos a quienes se debe impedir la digestión de lo dicho. Los medios comunicativos adoptan la lógica del ‘mercadeo’ donde los esfuerzos apuntan a comercializar bienes y servicios. En el significado de un medio de comunicación se cuelan los términos: auspiciantes, políticas empresariales...

Existen dos tendencias que guiaron la investigación comunicacional en Latinoamérica: la administrativa y la crítica, y que se diferencian, entre otras, por su mirada analítica de la sociedad, tanto en sus formas como en sus alcances.

La tendencia administrativa corresponde a la tradición clásica estructural funcionalista, por lo cual se fundamenta en los parámetros de eficiencia comunicativa desde las fuentes y emisores de un mensaje, como un modelo mecanizado de la interacción social.

En el caso de la tendencia crítica, corresponde a los postulados marxistas en la crítica de los dogmas del orden capitalista y la comprensión de la comunicación como parte de un todo, que no se limita a la acción y reacción de los intervinientes.

## **1.2 Sobre el análisis de la Teoría Crítica.**

Luego de lo escrito, la vinculación de lo expuesto con los fundamentos teóricos que motivan los pilares conceptuales de ‘Todos somos Quito’ es de indispensable escritura. Por un lado, las teorías planteadas hace más de cinco décadas pueden deslegitimarse en nuevos contextos sociales, nuevos ethos, nuevos escenarios apoyados en la masificación

---

<sup>8</sup> ALFARO, Rosa. *Una comunicación para otro desarrollo*, Ed. Calandria. Lima, Perú. 1993. Pág. 27.

tecnológica principalmente. De allí que se escriba sobre la teoría Crítica y la comunicación alternativa en las siguientes líneas.

### **1.2.1 La Teoría Crítica y el rol de la comunicación alternativa.**

La comunicación alternativa se origina del cuestionamiento sobre el papel de los medios comunicacionales de carácter empresarial por la lógica comercial que constituyen sus bases. Critican la poca importancia que se otorga a los elementos que se producen para la audiencia, en su mayoría carentes de sentidos educativos, informativos o críticos.

A todo esto, se construyen nuevos paradigmas o modelos comunicativos, bautizados como alternativos, y que promulgan el retomar la faceta comunicativa de aquellos procesos comunicativos, valga la redundancia. Su objetivo es que los receptores asuman su inmersión en una realidad sociocultural y política que necesita ser modificada.

En el texto “Comunicación para el otro desarrollo” de la comunicadora Rosa Ma. Alfaro se define a los medios alternativos como herramientas para recuperar los espacios del lenguaje desde la creatividad propia de los recursos limitados. “Hoy aparecen nuevas modalidades, las historietas educativas, afiches, hojas informativas, suplementos en diarios masivos y otras que están recuperando un espacio a partir de una mayor relación con el lenguaje gráfico y los géneros que son más populares”.<sup>9</sup>

Para autores como Carlos Aguirre la comunicación alternativa está al servicio de una tarea global enfocada a la educación popular. En su texto *Comunicación alternativa en la ciudad y en el barrio*<sup>10</sup>, la enmarca como un proceso de concienciación sobre la organización social y las acciones de las clases subalternas.

Oswaldo Capriles la define en base a los principios de acceso a la información y la participación ciudadana como su efecto. Se rompe el esquema de las polaridades emisor, receptor, para asegurar el dominio ciudadano en la comunicación masiva.

---

<sup>9</sup> ALFARO, Rosa. *Una comunicación para otro desarrollo*. Ed. Calandria. Lima, Perú. 1993. Pág. 50.

<sup>10</sup> AGUIRRE, Carlos. *Comunicación alternativa en la ciudad y en el barrio*. Ed. Libri mundi. Madrid, España. 1979. Pág. 14.

Fernando Reyes enfoca lo alternativo frente a la estructura transnacional de los medios masivos y resalta la posibilidad de que se realice también mediante formas no industriales sin que se afecte la calidad del mensaje o los canales comunicativos.

De allí que se plantee a la comunicación alternativa como una opción frente a la industria cultural demandada por la Teoría Crítica. Las condiciones de financiamientos son secundarias frente a una corriente alternativa. Más en la actualidad, donde las redes sociales permiten un feedback entre ambos polos de la comunicación.

### **1.2.2 La identidad.**

Al referirnos a una relación entre los medios de comunicación masivos, la cultura de cada grupo humano en el que se desarrollan y las implicaciones políticas propias de cada medio, el estudio de la recepción y concepción de un mensaje pasa por la comprensión de una nueva cultura política enmarcada intrínsecamente en los estudios de la Teoría Crítica. Los medios dejan de sustituir a los actores sociales y pasan a constituirlos. Un ejemplo de aquello es el uso de las redes sociales en la Primavera Árabe del 2011.

De allí que el concepto de Identidad se asocia más con los medios de comunicación y las industrias culturales que lo que se piensa. En el caso de se busca una identidad como ciudadanos. No se oculta por ningún motivo la intensión política del medio sin que esto anule la objetividad del producto.

El caso de la comunicadora colombiana Sonia Muñoz es una muestra de lo planteado. En su obra *Barrio e identidad*<sup>11</sup> se habla sobre los rasgos cotidianos de las mujeres que se modificaron tras ser oyentes de una revista radial. Entre las conclusiones que la autora plantea están: La activación de ciertas matrices culturales que permitirán al nuevo poblador urbano seguir ligado simbólicamente a su lugar de origen (origen como espacio geográfico, histórico y cultural) y que reconocerá a través de la música y el melodrama que grafican la revista; y se constituyen en espacios que nombran y, por tanto, reconocen a los sectores populares en su nueva especificidad, su identidad local.

---

<sup>11</sup> MUÑOZ, Sonia. *Barrio e identidad*. FELAFACS. Bogotá, Colombia. 2007. Pág. 70.

### **1.2.3 La dialéctica**

Dentro de la Teoría Crítica se establece un concepto ineludible y que es base de sus postulados. Se relaciona con la dialéctica siendo Horkheimer y Adorno sus principales propulsores ideológicos.

Horkheimer y Adorno, durante su exilio en Los Ángeles (EE.UU.), en 1944, escribieron sobre un objetivo teórico bastante ambicioso: “Lo que nos habíamos propuesto era nada menos que comprender por qué la humanidad, en lugar de entrar en un estado verdaderamente humano, se hunde en un nuevo género de barbarie”. Desde allí parte un análisis del concepto de razón fundamentado en lo hegemónico dentro de la civilización occidental. Las conclusiones describen la participación de los conceptos de Liberación y Dominación en constante lucha.

Se pretende proseguir el tipo de filosofía inaugurado por Hegel en una situación diferente: el movimiento dialéctico del pensamiento no termina en una síntesis superior de los opuestos, sino que deja las contradicciones con toda su crudeza como muestra de las contradicciones reales existentes en la realidad.

Por último la filosofía de Adorno se adentra en el análisis de la razón desde que todo pensar, incluido el ser, tiene que estar basado en alguna cosa, en algo. No se puede eliminar el pensamiento abstracto que se crea a partir de algo y que es totalmente diferente a la realidad. En esta línea contrapone al Idealismo desde Fichte, por “creer que el proceso de la abstracción libera de aquello de lo que abstrae, y es que, aunque lo elimine del pensamiento, lo destierra de su país natal, no lo aniquila en sí mismo”.

### **1.3 ‘Todos somos Quito’ y la Escuela Latinoamericana.**

La revista radial ‘Todos somos Quito’ es una opción de comunicación alternativa en cuanto se promulga como un espacio alejado de fines comerciales, en principio, y que promueve la interacción de los ciudadanos en la edificación de un sentido de identidad de los moradores de Quito. Esto con la intención de propiciar un desarrollo partiendo desde la comunidad que se reapropia de sus espacios.

Las historias que se transmiten en ‘Todos somos Quito’ nacen desde los pobladores y es entonces que se plantea el sentido de pertenencia para los escuchas. Al retomar el sentido social de los medios de comunicación se deconstruye el sentido de industria cultural como en las bases de la Teoría Crítica. Esto la convierte en una revista radial con agenda propia y que se enfoca en los derechos de la ciudadanía.

Pese a una ausencia explícita del sentido comercial hacia el lucro de esta Revista Radial no se escatima en definir, en los siguientes capítulos, la sustentabilidad de la producción retomando las prácticas de las principales exponentes de la Escuela Latinoamericana como Rosa María Alfaro<sup>12</sup> o emula las viejas y benevolentes prácticas de las radios comunitarias de Bolivia, Venezuela, entre otras latitudes.

La creatividad, como lo define Jesús Martín Barbero<sup>13</sup>, es una herramienta mal entendida en los medios masivos. La resignificación del ‘pueblo’ no parte desde la creación de una historia única, melodramática, encaminada a crear un sentido de folclore para industrializar lo emitido.

Los segmentos, que en futuras páginas se especifican al detalle, como Cronista de tu barrio y vecino destacado, son alternativas de comunicación basadas en la reconstrucción de una identidad ciudadana desde las buenas prácticas propias de los quiteños. Se elimina el precepto de identidad cultural homogénea.

Si bien Mario Vargas Llosa, citado por Barbero<sup>14</sup>, explica que Argentina fue una de las pioneras de la relación inclusiva de la cultura popular a la radio, su argumento se basó en la promoción neta de sus prácticas sociales.

De allí que se hable de sus ‘señas particulares’ como parte del desarrollo identitario argentino con la promulgación de las milongas, los tangos y murgas como parte de la mayoría de sus productos radiales.

---

<sup>12</sup> ALFARO, Rosa. *Una comunicación para otro desarrollo*. Ed. Calandria. Lima, Perú. 1993. Pág. 65

<sup>13</sup> BARBERO, Jesús. *De los medios a las mediaciones*. Ed. Gustavo Gili. México DF, México. 1992. Pág. 73

<sup>14</sup> Ídem, pág. 183

Tomando como ejemplo lo anterior, la Revista radial ‘Todos somos Quito’ utiliza estos conceptos en su estructura textual como en su musicalización y su interlocución.

## CAPÍTULO 2: LA RADIO Y LA COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO

Cuando se inicia una investigación previa al desarrollo de un producto comunicativo, como en la mayoría de los casos, es necesario actuar sobre una base de conocimientos claros. Pero es aún más importante el actuar con un propósito social que justifique el interés por el desarrollo del trabajo. En este capítulo se analizará sobre el segundo punto, esto debido a que se quiere motivar al lector de este texto en el valor social que podría adquirir el producto.

### 2.1 Comunicación para el Desarrollo.

Es imprescindible iniciar el abordaje del tema con la definición sobre el desarrollo al que se refiere esta obra y a la resolución de las inquietudes: ¿A qué se debe la existencia de enfoques tan diversos del desarrollo? ¿El desarrollo es un consenso social o netamente es una implicación del mejoramiento del bienestar de los pueblos?

Para definir el desarrollo, al ser un concepto ambiguo, no es sencillo enmarcarlo dentro de unas palabras y verbos. Por tal motivo y como primer paso, se inicia con el desarrollo de la primera inquietud propuesta:

*¿A qué se debe la existencia de enfoques tan diversos del desarrollo?* Los enfoques que hoy se manifiestan en la opinión pública tienen sus raíces en un determinado momento de la historia y corresponden siempre a intereses creados<sup>15</sup>. Existe una característica común dentro de los enfoques: considerar que una organización, sea gubernamental, internacionales, o no gubernamental, es el único impulsor y conductor de un desarrollo social, sin que la sociedad como tal surja por sí misma.

*¿El desarrollo es un consenso social o netamente es una implicación del mejoramiento del bienestar de los pueblos?* Jesús Martín Barbero considera que todo mejoramiento de las condiciones de vida de una sociedad es desarrollo. Esto desde la visión occidental que objetualizó a la civilización como el norte de una humanidad. Park

---

<sup>15</sup> ALFARO, Rosa María. *Una Comunicación Para Otro Desarrollo. I Edición. Editorial Calambria. Lima, Perú. 1993. Pág. 45.*



Chang Goo, cineasta coreano, en su obra Invierno, Otoño, Verano y Primavera (2000) plasmó el pensamiento que una sociedad oriental tiene sobre la “civilización anglo” que predomina en los modelos de sociedades desarrolladas.

El desarrollo no podría entonces convertirse en un consenso en ninguna sociedad pues es parte de una ciencia humana, en la cual, las aplicaciones e implicaciones dependen netamente de cada caso, de cada humano, en cada familia, en cada barrio.

Para ejemplificar lo expuesto se recurre a un caso cotidiano y que, mientras se redactan estas hojas surge en el Distrito Metropolitano de Quito:

En el Parque Metropolitano norte, ubicado en el sector del Batán, nororiente de Quito, se realizó una tala y deshoje del bosque en julio de este año. En una extensión de siete hectáreas, un área que corresponde al 2% de la extensión total del parque. En los medios de comunicación local, específicamente en dos canales de televisión y un medio impreso, se recopilieron cuatro registros y una entrevista referente al tema. El eje del tema se desarrolló tras la denuncia de seis moradores sobre el que se esté talando los árboles con la intención de parquear más automotores.

¿Cuáles son los problemas relacionados con el desarrollo aplicado a este ejemplo de conflicto comunitario? Por un lado, está la versión de René Vallejo, secretario de Territorio, Hábitat y Vivienda del Distrito Metropolitano de Quito, quien defiende la falta de espacios para parqueaderos que incrementarán en un 15% las visitas de ciudadanos al parque<sup>16</sup>.

Entonces el desarrollo desde el concepto anterior implica la tala de bosque para la creación de espacios para que los habitantes concurran al sitio con las facilidades respectivas para el uso de sus vehículos.

La otra faceta del caso son quienes defienden la infraestructura del espacio verde. Federico Buenaño, vecino del sector afirma que de permitirse la construcción, en un futuro se realizará más obras sin el visto bueno de los moradores y quienes utilizan sus

---

<sup>16</sup> Entrevista realizada a René Vallejo en Ecuavisa, mayo del 2011.

instalaciones. “Existen otras maneras de ingresar al parque que no implican el uso de un automóvil”, dice Buenaño<sup>17</sup>.

En esta segunda opinión el desarrollo está visto desde la sustentabilidad de los recursos naturales, en el respeto a la biodiversidad del lugar y al fomento del uso de energías alternativas para la movilidad.

En conclusión el desarrollo es un concepto ambiguo y que, para la realización de este texto, se conceptualizará como el respeto a la otredad del sujeto que promulgue un mejoramiento en la calidad de vida de la sociedad en la que se habita. Esto mediante el uso de un medio de comunicación masivo.

Las personas, la población en general sea urbana, rural o marginal, son actores de su propio desarrollo. Al contrario de lo que tradicionalmente se ha expuesto, para lo afirmado, se deja de separar a protagonistas del cambio y beneficiarios. Por el contrario, los actores cumplen ambos papeles, dejando incluso las manifestaciones expresas o no de una mirada paternalista de los ciudadanos ‘en desarrollo’ por mal llamarlos así.

La sociedad se fortalece cuando las iniciativas de la población son valoradas y puestas en marcha conjuntamente con otros actores.

El desarrollo humano local asume a la comunicación como una práctica natural y participativa en la toma de decisiones y que se basa en el respeto o reconocimiento de las otredades existentes en el entorno al que pertenecen.

Existen otros enfoques de desarrollo que asumen la comunicación como el mecanismo para imponer propuestas, proyectos y manipular a la gente: enfoques apocalípticos.

### **2.1.1 ¿Qué se entiende por comunicación?**

El acto comunicativo suele ser algo tan cotidiano, tan común, tan automático e inconsciente, que en muy pocas ocasiones el sujeto y la sociedad se detienen a conceptualizarlo o debatirlo en su estructura. Es un acto instintivo, como el respirar.

---

<sup>17</sup> Entrevista realizada a Federico Buenaño, junio de 2011.

Un breve ejercicio definiría a la comunicación como el acto de hablar y escuchar, el de transmitir, recibir, entender, decodificar u ocultar uno o varios mensajes establecidos y que pueden ser o no interpretados dentro de un grupo humano.

Es posible que se defina a la comunicación como el intercambio de opiniones, sentimientos y experiencias mediante el uso de los diferentes códigos: orales, escritos, gestuales, entre otros. Asimismo, es probable el que se la considere como la relación que existe entre los actores que intercambian y procesan opiniones, conocimientos e información sobre una realidad común.

Para entender la comunicación se parte de un ejemplo. La comunicación como medio de diálogo ante un problema en la base social: el hogar. Existe una mayor probabilidad de encontrar una familia que afronta sus conflictos internos con mayor entereza, si practican un diálogo, es decir, si se comunican más consigo mismos.

Para referirse a otro ejemplo es necesario analizarlo desde el lado de las empresas y oficinas, un lugar donde el sujeto cumple su rol con la sociedad. Si en estos sitios se realiza una buena práctica comunicativa y se promueve un espacio de participación y diálogo entre los subalternos y las jefaturas, el desarrollo económico de las firmas es mucho más evidente y probable que en los casos donde no se lo hace así<sup>18</sup>.

De menor a mayor, se ha cuestionado la práctica comunicativa en las instituciones de la sociedad, por tanto es necesario, en este punto el referirse al aspecto gubernamental de los sujetos. Si un gobierno, sea de tipo local o central, promueve un debate sobre las legislaciones que se aplican en cada región y se recogen las propuestas ciudadanas sobre la aplicación de las mismas se estarían creando espacios descentralizados de diálogo y que en un futuro, asegurarían un desarrollo en el bienestar social de los pueblos.

Estas prácticas comunicativas enfocadas al desarrollo social como tal deberían ser replicadas por los actores directos o indirectos de un medio de comunicación. Sea este

---

<sup>18</sup> Entrevista telefónica a Laura Helena Calvache, gerenta de RR.HH. de la firma consultora empresarial Global Crossing en octubre de 2011.

del índole que fuere, desde quienes expresan sus ideas en micro periódicos hasta los gerentes administrativos de un canal de televisión internacional.

El intercambio, el respeto y el debate con el ‘alter’. Premisas tan sencillas de escribir y promulgar y tan poco practicadas en la sociedad. Desde el irrespeto gubernamental hacia la opinión mediática hasta la manipulación mediática en que se desarrolla este texto.

### **2.1.2 Medios de comunicación para el Desarrollo**

Los comunicadores, los periodistas y la gente que trabaja en los medios masivos poseen una particular manera de practicar la comunicación debido a su formación, su relación con sus antecesores o simplemente la pasión por el oficio que muestran.

Algunos teóricos de la comunicación consideran y defienden el hecho de que los estudios académicos son licencias y únicos habilitantes para ser voces oficiales del conocimiento y del ejercicio de las ciencias de la comunicación.

Ellos la establecen como la difusión de información que establece una relación de empatía, la manera de impulsar ideas, conceptos y símbolos a los demás habitantes del entorno, sea voluntaria o involuntariamente. Pero la comunicación así promueve una respuesta al mensaje emitido, es decir es unidireccional mientras que el receptor solo le corresponde recibir, asimilar y reaccionar.

Si bien, las diferentes corrientes teóricas, desde las Escuelas Críticas hasta las nuevas Escuelas Latinoamericanas han criticado fuertemente estos preconceptos, las prácticas no han cesado. Por el contrario se popularizaron entre los nuevos comunicadores que por acción u omisión las replican desde sus trincheras laborales y lastimosamente los ejemplos en nuestras sociedades son innumerables.

Existe otro sector importante de productores, profesionales y creativos comunicativos que reconocen que la comunicación nace de la gente desde la gente y, por lo tanto, los medios de comunicación son espacios de intercambio de ideas, propuestas, necesidades y, por supuesto, de entretenimiento.

Para estos teóricos y funcionales, la comunicación es un intercambio de ideas, conocimientos y experiencia de una determinada circunstancia que podría facilitar el bienestar de una persona y a su vez, a la comunidad que pertenece. Es en estas corrientes la claridad y fluidez del diálogo son entendidas como una voluntad innata del ejercicio del comunicar, no como un valor que se persigue.

Asimismo, el ejercicio comunicativo de por sí, en estos casos, respeta la experiencia, la personalidad, la cultura de cada interlocutor, pues no persigue la homogenización del sujeto, no busca la aceptación indiscutible de un mensaje emitido. No promueve la idea de objetividad, de verdad absoluta, por el contrario, promueve la idea de una diversidad de criterios, de una diversidad de verdades y realidades sociales.

En estos últimos párrafos se describe lo que es un medio de comunicación para el desarrollo, es el que mediante el uso de sus interlocutores promueve una solución a los inconvenientes comunes en la vida de una sociedad sin caer en la arrogancia de un medio de comunicación mesiánico<sup>19</sup> que vislumbra una sociedad desarrollada al modelo de una similar. El medio de comunicación para el desarrollo nace de la gente y no quiere cambiar su esencia, es más la promueve para revalorizarla.

### **2.1.3 La comunicación y los proyectos de Desarrollo.**

La comunicación se da en cada uno de los grupos humanos, en todas las esferas de la sociedad y cuando se ejecuta de manera prudente y consciente puede contribuir en gran magnitud al desarrollo del bienestar humano. Es en este punto donde se podría establecer una analogía, que como la propuesta planteada en este texto, usa el entretenimiento como herramienta de la comprensión del mensaje: Dime que entiendes por desarrollo y te diré que entiendes por comunicación.

En las bibliotecas de las facultades de comunicación social y antropología de Quito, por citar un ejemplo, se cuentan decenas de títulos referentes a experiencias comunicativas

---

<sup>19</sup> Tomado del artículo 'La massmedia política en tiempos de alas virtuales' de la comunicadora Alicia Silva. En el sitio Web se solicita citarlo como: Silva, Alicia, 2007, La massmedia política en tiempo de alas virtuales, Revista TEXTOS de la CiberSociedad, 12. Temática Variada. Disponible en <http://www.cibersociedad.net>

que promueven el desarrollo a través de proyectos, sean en comunidades rurales o urbano marginales. Esto desde un ámbito local o nacional. Lastimosamente, incluso en estos textos la comunicación cumple un solo objetivo: persuadir a los comunicantes.

Por el otro lado se sitúan los proyectos donde la comunicación se consolida como una herramienta útil para obtener información y establecer propuestas de diálogo entre los integrantes de un mismo conglomerado social. Ahora, es necesario establecer si la comunicación es sinónimo de persuasión.

Inmediatamente, las respuestas positivas se escuchan al unísono entre los teóricos apocalípticos, pues asumen al ejercicio como la implementación de un proyecto comunicacional apelando al sentido emocional y de necesidades de la gente, donde cada comunicador asume cuáles son los problemas de sus representados –en cuanto a comunicación- sin consultar a los involucrados sobre si están o no de acuerdo con el diagnóstico y la receta que han de proporcionar a su sociedad.

Son comunes los casos en que los comunicadores que promueven el desarrollo lleguen a promover su proyecto de diálogo bajo el precepto de que es la panacea a los males sociales evidenciados. Pero lo hacen sin tomar en cuenta el valor propio de la cultura a la que están ingresando. Luego tras implementarlo, los proyectos fracasan por la falta de apoyo y la poca colaboración de los ciudadanos. Entonces el comunicador se cuestiona ¿Qué se hizo mal en el proyecto que beneficia a la comunidad? ¿A qué responde la poca interacción de los involucrados y futuros beneficiarios?

Cuando la comunicación se entiende como la forma de implantar una idea en la gente y que fue elaborada por el técnico, investigador o periodista es muy probable que el proyecto fracase. Para la revista radial, la propuesta no es la solución a los problemas de la ciudad, ni elabora una receta para solucionarlos. La iniciativa es contar las bases históricas de los barrios, para obtener una reacción en los escuchas y así, lograr una respuesta desde los ciudadanos.

La base del ejercicio comunicativo para el desarrollo que aquí se promueve es que los realizadores no poseen la capacidad de transformar una ciudad, pero si aportar para ello.

Lo otro es caer en la arrogancia de que los estudios universitarios concluidos son permisos adquiridos para criticar y modificar inmediatamente la sociedad.

#### **2.1.4 Enfoques del Desarrollo.**

Se establecen cuatro estadios a manera de hipótesis en los cuales se enmarcan los enfoques del desarrollo que se analizan en el texto. La finalidad de este proceso es delimitar el alcance y bases del presente estudio.

- **El desarrollo es igual a crecimiento económico.** Dentro de la visión del modelo económico neoclásico<sup>20</sup> que relaciona al crecimiento de una sociedad con la capacidad que posee de acumular riquezas, ciertamente si lo es. Tras los tres ‘cracks’ que ha sufrido occidente con las burbujas inmobiliarias y las crisis financieras de Europa y EE.UU. la validez de un modelo acumulativo de capitales queda en entredicho. Las diferencias sociales son sostenibles únicamente con la desigualdad en la distribución de los recursos sociales. no tiene un interés de promulgar las semejanzas entre acomodados y los que no lo son. El horizonte es destacar el esfuerzo que hace desde un microempresario hasta las historias de las grandes industrias que han destacado en los barrios, como la fábrica tabacalera La Victoria<sup>21</sup>, en la Loma Grande, en el centro de Quito y que funcionó hasta 1978.
- **El desarrollo es igual a la redistribución de la riqueza.** Los socialistas formulan este concepto como la deconstrucción estructural de una sociedad. Lo que no deja de promover un modelo económico de acumulación de capitales. En algunos casos la ideología se convierte en utopía y los vicios de una clase social preponderante son asumidos por los oprimidos que adquirieron el poder. En el producto radial se objetualiza al trabajo como herramienta de progreso. No a la acumulación de capitales a costa del beneficio de la ciudad.

---

<sup>20</sup> CHOMSKY, Noam. *El Nuevo Orden Mundial*. Ed. Taurus, Madrid. 1993. Pág. 23.

<sup>21</sup> LÓPEZ, Gabriela. *Municipio del Distrito Metropolitano de Quito: Administración Manuela Sáenz: ‘La Loma Grande’*. DMQ. Quito, Ecuador. 2007. Pág. 25.

- **El desarrollo es igual a la transferencia de tecnología entre sociedades.** En la sociedad de la información el control de la misma es la herramienta para que un ciudadano se mantenga en su interior o pase a formar parte del extrarradio. Dentro del programa se mantiene un espacio de comunicación ciudadana mediante el uso de redes sociales como Facebook y Twitter. El incentivar a los ciudadanos a inmiscuirse dentro de estos espacios es fomentar su ingreso a las Tecnologías de la Información y la Comunicación pues es allí donde los pobladores adquieren el derecho a tecnologizarse.
- **El desarrollo es igual a la participación con decisión.** Más allá de la demagogia que promulga la hipótesis, visto desde la política el desarrollo es la capacidad democratizadora de un gobierno. Sea cual fuere el aspecto representativo que maneja el Ecuador como base de la Carta Constitucional, apunta a crear una sociedad con un Quinto Poder: la participación ciudadana. se basa en el concepto de que los ciudadanos deben tener a su alcance los elementos necesarios para tomar parte de las decisiones ciudadanas de un cabildo<sup>22</sup>.

### **2.1.5 Importancia a de partir de la gente.**

En un proyecto que parte de la sociedad -en este caso uno radial- el fin social podría parecer implícito. La vinculación de los sujetos inicia con el compromiso ineludible de que un ejercicio social tiene por fin único la gente. Es mejor tener claro la visión de crear un producto radial con fines de lucro, lo cual no deprecia en ningún momento la calidad ni su buen desarrollo si se toma en cuenta que el dinero no puede consolidarse en un modus vivendi. O desarrollar un proyecto radial sin fines de lucro, que como en algunos ejemplos mencionados anteriormente en el primer capítulo, no son sostenibles por falta de recursos.

La importancia de partir de la gente implica que los mismos ciudadanos son partícipes de la iniciativa desde sus comicios. Así se podría lograr un sentido de pertenencia al producto, un enlazamiento que podría sostenerlo en el tiempo con la fidelización de la

---

<sup>22</sup> ARROYO, Daniel. *La Descentralización Y La Participación Ciudadana En La Gestión Local*. Ed. Omega, Bogotá – Colombia, 1999. Pág. 87.



audiencia. Los auspiciantes, sean públicos o privados, aportan con los fondos dependiendo del alcance que tiene el producto.

En conclusión, la importancia de la vinculación de la colectividad va más allá del ejercicio de la comunicación del desarrollo sino desde el lado del mercadeo que a futuro, sostendrá la iniciativa en el tiempo.

#### **2.1.6 Identidad conceptos básicos.**

La importancia de conceptualizar la identidad en este estudio se fundamenta en lo indispensable de su uso para la comprensión de la interculturalidad, base del respeto y equidad social, dentro del producto comunicativo radial.

El particular interés que ha adquirido la noción de identidad a partir de 1950, refleja las preocupaciones del mundo moderno. Esta noción se impuso a causa de los importantes cambios culturales provocados por las profundas modificaciones en la sociedad. La globalización de la economía, el establecimiento de un modelo económico único que funciona sobre los principios de racionalidad y de eficacia y la introducción de nuevas tecnologías y de medios de comunicación son el origen de grandes cambios en las sociedades actuales. Se han enlazado el éxodo rural y las transformaciones urbanas que han dado lugar a grandes ciudades donde es difícil conservar los lazos sociales; el desempleo y los cambios en la concepción del trabajo; las reivindicaciones regionales; la inmigración masiva; las transformaciones en los roles sexuales.

Esta evolución ha alcanzado a la identidad individual y colectiva y ha provocado efectos psicológicos, sociales y políticos concretos. La sociedad occidental ha pasado de una forma comunitaria a otra en la cual el individuo es el centro. El individualismo es uno de los cambios más importantes de nuestra época.

La construcción de la identidad individual constituye un trabajo laborioso que se va volviendo complejo. Antiguamente la alternativa de comportamientos era menos amplia y las reglas de conductas eran más claras -y más rígidas-. Hoy en día cada persona dispone de muchas posibilidades: una relación de pareja, por ejemplo, puede estar institucionalizada por el matrimonio o tomar la forma de una simple vida en común. Sin

embargo, el individuo se encuentra relativamente solo frente a estas múltiples posibilidades.

Identidad de los inmigrantes, identidad quiteña o ambateña, repliegue de la identidad, defensa de la identidad, identidad pura o no pura, es probable que este tipo de expresiones lleguen a ser cada vez más familiares puesto que se vive un período de cambios, incluyendo el tema de la identidad.

La identidad es un conjunto articulado de rasgos específicos de un individuo o de un grupo: mujer, 24 años, ecuatoriana, 1,70 m de altura, 55 Kg. de peso, cabellos castaños, empleada pública, soltera... La identidad constituye también un sistema de símbolos y de valores que permite afrontar diferentes situaciones cotidianas. Opera como un filtro que ayuda a decodificarlas, a comprenderlas para que después funcione. Esto explica que frente a tal situación, un individuo, con sus valores y su modo de pensar, de sentir y de actuar reaccionará probablemente de una manera definida.

Para esto se cuenta con un repertorio de formas de pensar, de sentir y de actuar que, en un momento dado, se puede combinar. Este repertorio está en constante recreación.

## **2.2 La producción radiofónica como elemento comunicativo.**

La Radio es un medio de comunicación y como tal, motivo y base de varios análisis conceptuales que intentan explicar y definir su presencia y uso dentro de una sociedad.

- “Es un conjunto de técnicas de emisión de ondas hertzianas que permiten la transmisión de la palabra y de los sonidos.”<sup>23</sup>
- "La Radio es el teatro de la mente y lo reúne todo, los personajes y las situaciones junto con las palabras.”<sup>24</sup>

La Radio es un medio de masas (como la televisión o la prensa), que se apoya para transmitir sus mensajes desde un emisor hacia los receptores, a través del espacio

---

<sup>23</sup> GIL, Rómulo. *Hacia una definición de Radio*. Ed. Taurus. México DF, México. 1987. Pág. 6.

<sup>24</sup> OGILY, David. *Concepto de Radio*. Ed. Paidós. Buenos Aires, Argentina. 1987. Pág. 25.

mediante ondas electromagnéticas o también conocidas como ‘ondas hertzianas’<sup>25</sup>, con la ayuda de aparatos técnicos específicos.

Hay que considerar, entonces, el papel de la comunicación dentro de la sociedad para relacionarlo con la Radio. La primera es un hecho social omnipresente y permanente. La otra, es un medio que permite intercambiar experiencias, conocimientos, emociones, pensamientos, de modo que quienes participan se encuentran en competencia de evocar sentidos o conceptos similares.

Alberto Pereira explica: “Vale anotar que la comunicación se asume como praxis colectiva instituida y manifestada a través de formas simbólicas como el lenguaje verbal, el arte, los mitos, entre otros...”<sup>26</sup>

La Radio permite una interacción entre los encargados de la transmisión y la sociedad, para lograr una dinámica informativa entre los escuchas. Llega a la mayoría de los estratos sociales y permite establecer un contacto íntimo porque ofrece cierto grado de participación en el acontecimiento que se está transmitiendo.

Es un medio selectivo y flexible que brinda la oportunidad de alcanzar un mercado a bajos costos de producción del que se necesita en otros medios. La Radioprovoca una situación comunicativa particular: el emisor y receptor sin verse, se relacionan. Se perciben espacios sin ser percibidos. Se dibujan mares, ríos, montañas, animales, rostros, sonrisas, tristezas... únicamente en el imaginario de la gente.

La capacidad de generar imágenes mentales en los oyentes es su principal característica. Tradicionalmente se le han atribuido otros beneficios: su inmediatez, espectro amplio en audiencia y su accesibilidad.

La Radio es un medio rápido e instantáneo cuando se trata de transmitir noticias e información de última hora. No ha perdido su virtud de accesibilidad a cualquier

---

<sup>25</sup> CABERO, José. *Medios Audiovisuales Y Nuevas Tecnologías Para La Formación En El Siglo XXI*, Editorial DM. Madrid, España. 1993. Pág. 43

<sup>26</sup> PEREIRA, Alberto (Compilador), *Lingüística para comunicadores*, Editorial Don Bosco. Quito, Ecuador. 1999. Pág. 20.

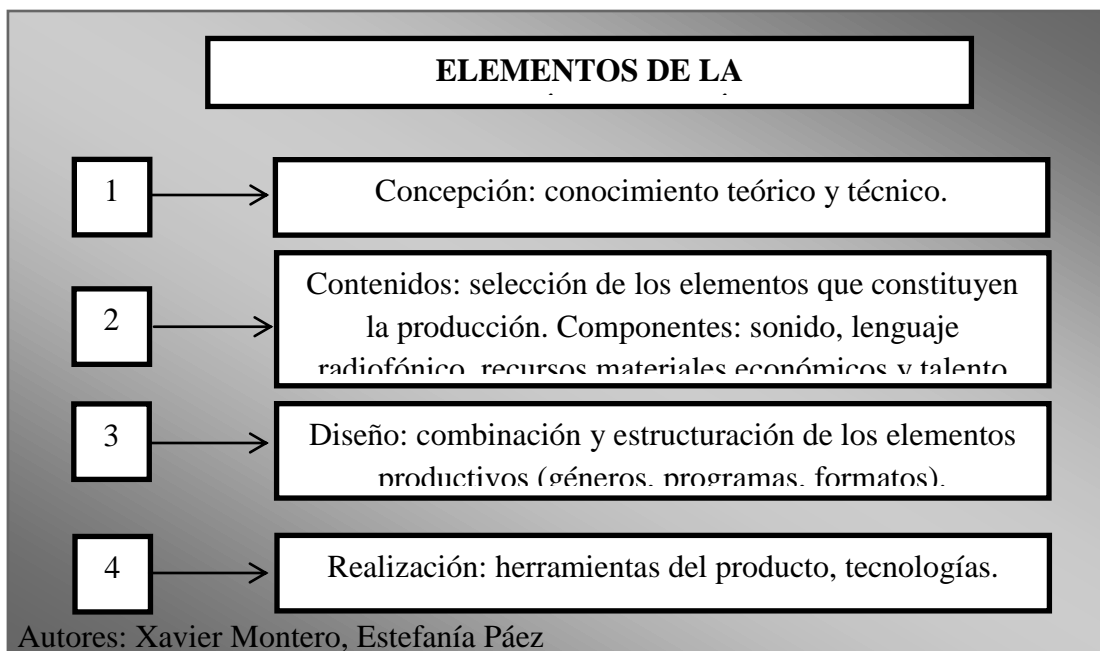
público: sus mensajes sencillos y de fácil comprensión hacen que su escucha sea compatible con el desarrollo de otras actividades. No necesita de un alfabeto a diferencia de la prensa, la televisión o el cine.

### 2.2.1 Producción radiofónica.

El concepto de producción remite a cualquier proceso de creación y elaboración del que se obtiene algo de diversa índole en función siempre del ámbito que trata. La comunicación Radiofónica está ligada al Programa, es decir, un conjunto de cápsulas, cuñas, opiniones, canciones, entre otros; a transmitir en el espacio radial. La complejidad depende del tipo de programa a estructurar: no es lo mismo producir un informativo con una duración de 60 minutos a una cuña publicitaria de 20 segundos.

No supone la misma dedicación la preparación de un ‘magazine’ o revista diarios, que mantienen una estructura similar o segmentos establecidos para dicho formato. Un adecuado conocimiento del proceso de realización del producto final y los elementos con los cuales se elabora el producto podrán garantizar la optimización de recursos, especialmente de tiempo, para la producción radial.

Para ampliar el proceso de producción se establece una infografía:



Sobre la grabación y montaje del programa Radiofónico es poner en práctica la propuesta de producción dando cumplimiento a los planes de trabajo en tres etapas: preproducción, producción y postproducción.

- **Preproducción.**

Se planifica el programa o espacio e incluye la determinación del tema y sus encargados, que son las personas que delimitan el proyecto. El proyecto responde ¿Al qué, el cómo y el por qué? de la producción.<sup>27</sup>

Es recomendable organizar y asignar las tareas de acuerdo con las habilidades de cada persona que participa en la producción. Entre investigadores, redactores de textos y guiones. Musicalizadores y locutores.

Una persona podría desempeñar una o más funciones diferentes, aunque debe respetarse el principio de simultaneidad de manera que las funciones que desempeñe una persona no interfieran entre sí.

En el proceso de investigación se recopila la información necesaria. Las búsquedas bibliográficas, entrevistas a expertos o personas involucradas con el tema son esenciales. En producciones de mayor complejidad se podría contratar investigadores que realicen esta tarea. En los demás casos la tarea está a cargo del productor o guionista.

Con una investigación finalizada el productor relativamente visualiza el Programa desde sus locutores, pausas, musicalización e incluso los aspectos que podrían suscitarse, llamadas al aire, escasez de las mismas.<sup>28</sup>

Sobre la redacción de los guiones se define el cómo textualizar íntegramente el programa para indicar al operario de Control la estructura de la emisión. Un primer borrador se entrega al productor, para su corrección y aprobación definitiva.

---

<sup>27</sup> ARAYA, Carlos. *Manual de Producción Radiofónica Estudiantil*. San José – Costa Rica, Universidad de Costa Rica, Posgrado en Comunicación. 2005, Pág. 193.

<sup>28</sup> LUZÁN, Victoria. *Producción Radiofónica, Técnicas básicas*. México DF, México. Ed. Trillas. 1999. Pág. 112-113

Contar con los recursos establecidos para la producción -sean humanos, económicos, materiales...- es indispensable antes de iniciar la ejecución. Desde la selección (casting) de locutores, la implementación de una fonoteca de efectos y una discoteca de canciones hasta la especificidad de contratar un sonorizador especializado en un género.

La búsqueda de recursos también incluye obtener materiales de oficina como papel y tinta de impresión, alquilar o separar la cita de estudio de grabación alterno, y por supuesto, conseguir el dinero para los gastos.

En la producción Radiofónica es conveniente contar con un banco de voces para realiza el casting. Se acostumbra tener grabaciones breves de locutores y actores, con su respectiva información de contacto (nombre completo, teléfonos, correo electrónico).

Para atender las obligaciones económicas con mucha frecuencia los productores externos recurren a la venta de espacios publicitarios dentro del programa Radiofónico. En este caso, las tarifas son fijadas por la gerencia o el departamento de ventas de cada emisora. Esta relación comercial entre el productor y la Radio puede darse en alguno de estos términos: el productor cobra al patrocinador la tarifa completa y luego la emisora le otorga una comisión por la venta, o bien el productor cobra un monto mayor al patrocinador y luego paga a la emisora la tarifa que esta fijó por el espacio de transmisión.

Se debendar ensayos con todo el equipo para practicar el guión con los locutores, comprobar la interpretación del texto y detectar posibles errores. Mario Kaplún recomienda que esta actividad incluya: “Un rápido intercambio de ideas entre el director y los intérpretes acerca del guión que van a grabar.”<sup>29</sup>

---

<sup>29</sup> KAPLÚN, Mario. *Producción De Programas De Radio: El Guión Y La Realización*. CIESPAL. Quito, Ecuador. 1999. Pág. 55.

- **Producción.**

Con los detalles confirmados y previstos, recursos obtenidos y ensayos realizados, se inicia la producción. Se registra, graba y mezcla los elementos sonoros. Esto implica un proceso creativo que interrelaciona técnicas.

El director trabaja desde la cabina de control, el espacio en que se encuentra la consola y los demás equipos de grabación. En géneros dramatizados como Radioteatro o Radionovela dirigen dentro del locutorio (el espacio en que se ubican los micrófonos). Como una manera de controlar mejor el ritmo y la continuidad de las escenas.

Es necesario establecer en primera instancia el uso de las señales manuales, recursos indispensables para la producción Radiofónica.

Esas señales son las que intercomunican entre la cabina de control y la de los locutores para la atención de órdenes y correcciones del director. Se las realizan con las manos pues para no distraer al conductor más tenerlo en alerta de lo requerido. Principalmente señalan: Alto, silencio en estudio, inicio de la grabación; preparados y listos; comience a hablar, al aire; alto, corte, espere; siga, no pare; hable más rápido; hable más despacio; hable más alto; hable más bajo; acérquese al micrófono; aléjese del micrófono; fin, se terminó, fuera del aire...<sup>30</sup>

Carlos Araya<sup>31</sup>, detalla estas señas, aquí una explicación de algunos casos:

*Alto, silencio en estudio, aviso de comienzo de grabación:* Se levanta el brazo con la mano en alto, la palma hacia los locutores.

*Atención, preparado, listo:* Se levanta el brazo con la mano en alto, la palma hacia los locutores, el índice en alto y los demás dedos doblados, juntos.

---

<sup>30</sup> En el anexo 2 se hace referencia a bibliografía donde se encuentran detalladas algunas citas referentes al tema.

<sup>31</sup> ARAYA, Carlos. *Cómo planear un programa de Radio*. Ed. Universidad de Costa Rica. San José, Costa Rica. 2004. Pág. 30-32.

*Comience a hablar, al aire:* El brazo baja con el índice de la mano apuntando hacia el locutor que va a hablar de primero.

El director debe limitarse al cumplimiento del guión, para no desvalorar el trabajo del equipo de redacción. Sin embargo, el producto, más en el caso de ‘Todos somos Quito’, no debe perder la naturalidad de un programa en vivo y en directo.

Por la estrecha relación que debe existir entre los productores y los locutores, es necesario mantener una relación de respeto entre los involucrados. Los locutores deben permanecer con la vista al director y técnico. Es recomendable evitar el ‘seseo’ o sonido al cambiar las hojas del guión. La misma recomendación con los detalles como vasos, bolsos o carpetas que son colocadas mientras se está al aire.

Se debe restringir el acceso de las personas cuando se tiene un espacio radial. Muchas personas solo aseguran un ambiente incontrolable.

En cuanto a la producción de textos cortos, publicitarios o identificativos del segmento (oberturas, cierres, patas, pastillas...) es necesario realizar dos o tres tomas de locución para asegurar un resultado óptimo que hable bien del profesionalismo del programa.

- **Postproducción.**

La etapa final del proceso y que se refiere al montaje, es decir a la acción de escoger los tiros correctos de locución y musicalizarlos, añadirles efectos de sonido y ambientes, con un orden establecido para obtener el mensaje Radiofónico deseado.

Mariano Cebrián explica: “El montaje es la disposición y combinación de dos o más sonidos Radiofónicos o planos sonoros simultáneos o consecutivos, conforme a un tiempo, espacio y ritmo en los que cada uno adquiere su valor por la relación que establece con los anteriores, posteriores o con ambos”.<sup>32</sup>

---

<sup>32</sup>CEBRIÁN, Mariano. La mediación técnica de la información Radiofónica. Ed. Mitre. Barcelona, España. 1998. Pág. 133.



Adicionalmente la edición final o postproducción sirve para el reordenamiento del material grabado en el capítulo emitido, para la realización de los avances o las correcciones que se deban emitir al aire o para la continuidad de un tema.

Se destaca que la edición no es un recurso válido en ningún caso para alterar el sentido o contexto de las declaraciones realizadas por los locutores o actores involucrados en la producción Radiofónica.

En la actualidad, la Radiodifusión ha incursionado en el campo del ‘streaming’ (transmisión en línea o al del tipo podcast) que se refiere al almacenamiento de los programas en sistemas de Internet que permiten al escucha acceder al contenido que prefiere, a cualquier hora.

Por tal motivo es necesario tomar en cuenta la edición del programa en el formato de Podcast, y que puede ser colocado en un portal web para su descarga o escucha.

### **2.2.2 Los formatos radiofónicos.**

Para concretar los contenidos del producto es fundamental conocer y determinar con exactitud el género y formato al que pertenece el producto a realizarse. Este otorga los alcances y limitaciones del programa. La palabra género, etimológicamente hablando, se refiere al origen de un programa. Según Mario Kaplún<sup>33</sup>El formato se refiere a las figuras, los contornos, las estructuras en las que se vierten los contenidos.

Los géneros son abstracciones y los formatos son los moldes de realización.

En el primero se determina tres grupos primarios: Dramático, periodístico y musical. Luego se identifican otras divisiones basándose en la intencionalidad explícita del emisor o productor del producto: Género informativo, educativo, entretenimiento, participativo, cultural, religioso, social o publicitario.

Si se toma en cuenta el público objetivo o destinatario del producto se enmarca dentro de un género Juvenil, infantil, género para mujeres, campesino, urbano, entre otros...

---

<sup>33</sup> KAPLÚN, Mario. *Producción De Programas De Radio: El Guión Y La Realización*. CIESPAL. Quito, Ecuador. 1999. Pág. 55

En cuanto a los formatos, la clasificación inicia con los productos:

*La charla:* Es un discurso o monólogo breve con el oyente.

*La charla expositiva:* La forma usual, sencilla y económica que divulga conocimientos, opiniones, consejos...

*La charla a dos voces:* Un texto similar al que leería una sola persona pero entre dos locutores, generalmente una voz femenina y otra masculina.

*La charla creativa:* Son vivenciales que establecen una comunicación humana con el receptor para propiciar una respuesta. No tienen la finalidad de informar.

*La charla testimonial:* No necesariamente es un libreto escrito. Se trata de la expresión espontánea, un relato y reflexión sobre un tema.

*El noticiero:* El informativo es un servicio continuo de una emisora, ofertado a cierta hora compuesto por noticias.

*La nota o crónica:* La crónica detalla un hecho de manera cronológica, tiene una duración más extensa que la noticia. Incluye antecedentes y no añade elementos de juicio.

*El comentario:* Implica un análisis correspondiente al hecho. Pretende proporcionar un criterio. Elogia o censura, aprueba o desaprueba, también admite juicios de valor.

*El diálogo dialéctico o didáctico:* Recursos sencillos para la interpretación de un suceso con la ayuda de un especialista en el tema para que mediante un lenguaje apropiado para el público objetivo, explique lo requerido al oyente.

*El Radio consultorio:* Realiza consultas de los Radioescuchas vía carta o teléfono. Informa aunque de manera parcial y fragmentada.

*La entrevista:* Es un diálogo entre entrevistador y entrevistado sobre un tema pactado que supuestamente interese al Radioescucha.

*El interrogatorio:* Diálogo con una personalidad social a la que se le someterá a un interrogatorio exhaustivo de un tema con el que esté relacionada.

*El Radio periódico:* Es un periódico radial con diversas secciones: noticias nacionales, internacionales, política, economía, cultura, espectáculos...

*La Radio revista:* Se refiere a la amplia gama de programas o misceláneos. Suelen participar conductores para amenizar la emisión.

*Las mesas redondas:* Participan dos o más invitados para analizar un problema. Generalmente, los invitados son especialistas en el tema.

*El Radio reportaje:* Una monografía relativa a un determinado tema que se presenta con base en documentos vivos o en recreaciones (relato con montaje).

*El Radio drama:* Presenta una historia real o imaginaria, en la que los personajes hablan por sí mismos, a través de las voces de los actores que los encarnan.

*El Radio drama unitario:* La acción se inicia y concluye en una sola emisión.

*El Radio drama seriado:* Cada capítulo presenta una historia independiente, que se puede entender sin necesidad de haber escuchado las anteriores.

*La Radionovela:* Se presenta en varios capítulos, con una trama continuada.

### **2.2.3 Estrategias y técnicas de programación.**

Como se mencionó, la Radio es un medio relativamente económico. La producción no requiere de ingentes recursos y puede abarcar una infinidad de temas. El tiempo podría considerarse como un reto para este medio.

La Radio comunica utilizando solo la audición para captar y conservar la atención del oyente. El elemento más relevante es el lenguaje descriptivo.

Para el caso de se agrupa las estrategias de una radio comunitaria. La herramienta de comunicación masiva se fundamenta en que los mensajes se construyen desde la percepción del destinatario. Así se persigue un sentido de identificación y

reconocimiento con el producto. Esto permitiría la creación de un sentimiento de participación con la emisora.

La Radio y la organización comunitaria se han convertido en un poderoso aporte a los procesos de desarrollo de los grupos sociales en cualquier estrato y nación.

#### **2.2.4 Audiencias y programación**

La Radiodifusión ecuatoriana apunta a la especialización y supersegmentación de la audiencia cautiva o ‘target’. Una tercera parte de la Radio, desde 1990 inició un proceso de delimitación para un conglomerado de personas determinado.

Radio La Red 94.9 FM, en Quito, posee una parrilla de programación para un público masculino de 12 a 35 años basada en temas deportivos especialmente fútbol.

Radio EXA FM 92.5 afiliada a la franquicia mexicana, apunta a jóvenes hombres y mujeres entre los 13 y 24 años con revistas cómicas y musicales anglo pop y rock en español.

Según datos de la empresa IbopTime<sup>34</sup>, en Quito existen 18 radios en frecuencia modulada que mantienen durante toda su programación un mismo estilo musical.

Optar por una musicalización neta de la radio se basa en el concepto de que el medio es necesariamente un acompañante para las tareas diarias y se podría asegurar un público cautivo en mujeres y hombres oficinistas, como en amas de casa.<sup>35</sup>

En estos casos la producción radiofónica se limita a un operario que mantiene funcionando a las consolas y se encarga de los cortes comerciales.

En otros casos comunes dentro de la radiodifusión quiteña se encuentran a conductores amateur que receptan las peticiones musicales del oyente e identifican la marca de la radio en cada corte comercial.

---

<sup>34</sup> Ibop Time, empresa dedicada a la investigación de medios de comunicación,.

<sup>35</sup> Entrevista realizada a Gionathan Vizuite, gerente de Programación y Parrilla de EcuadorRadio, Grupo El Comercio. Agosto 2011.

Las radios de tinte político - cultural (Radio Democracia, EcuadorRadio, La luna, Caravana, CRE, Atalaya, Sonorama) son partícipes activos dentro de la historia política del país y por tanto de Quito, que al consolidarse como capital del Ecuador, es donde se suscitan los principales acontecimientos de este tipo.

Entre algunos espacios de opinión se destacan las que mantiene Radio Visión, bajo la dirección de periodista Diego Oquendo. El entrevistador Gonzalo Rosero, en la radio de la Cadena Democracia ha ocupado espacios de amplio debate. Esto debido a los dimes y diretes entre el comunicador y el gobierno de Rafael Correa, coyuntura sobre la cual se desarrolla este producto radial.

Miguel Rivadeneira, en Ecuadoradio, se mantiene dentro de los gestores de opinión política con su espacio de entrevistas y El Personaje. Ambos programas se transmiten por la señal de radio Quito y Platinum, ambas emisoras que son parte de Grupo El Comercio.

La audiencia a la que apuntan estas emisoras está constituida principalmente por periodistas. Carlos Yáñez, jefe de información de la Agencia ANDES explica este fenómeno particular: “La Radio es por excelencia una escuela debido a su inmediatez. Los editores y jefes de otros medios están pendientes a los programas de entrevistas matutinos para tener una idea de los acontecimientos que sucederán en el día”.

Existe en Quito una mayoría de emisoras que apuestan a la parrilla de programación generalista. Esta incluye un conglomerado de géneros informativos, musicales, educativos y de entretenimiento.<sup>36</sup>

En resumen, aquí una clasificación de tipologías<sup>37</sup> de radios que se diferencian esencialmente en su modelo de gestión de recursos económicos, sus destinatarios y su objetivo de acción en un grupo social:

---

<sup>36</sup> Tomado de la entrevista al investigador Jorge Zepeda y que puede visualizarse íntegramente en el sitio <http://www.comunica.org/chasqui/>

<sup>37</sup> FAUS, Ángel. La radio privada. Madrid, España. 1990. Servicio de estudios del Banco Bilbao Vizcaya. Pág. 147.

<b>TIPOLOGÍA</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
Radio Privada	Que posee fines de lucro y se financia con la venta de espacios a manera de cuñas publicitarias. Busca la masificación de su audiencia para cumplir el objetivo.
Radio Pública	Definida como política de Estado apunta a la consecución de un medio radial sin fines de lucro y que posee una parrilla implementada en la promoción y producción cultural de la identidad de un país.
Radio Cultural	Destinada la promoción cultural de una sociedad y que se mantiene principalmente con fondos estatales. Generalmente pertenecen a Núcleos culturales y apuntan a un público definido por su formación académica.
Radio Educativa	Ofrece servicios de educación y capacitación formales o no mediante el uso de la radio. Realizó un papel protagonista en las campañas de alfabetización en Latinoamérica de los 1960.
Radio Popular	Surge tras la radio educativa y se diferencia por ser adjudicada o dirigida por personajes involucrados con la sociedad y que, en algunos casos, recibieron una formación academista de la radio.
Radio Campesina	Que incluye temas de formación de la industria agropecuaria dentro de su parrilla.
Radio Indígena	Que transmite en los idiomas originarios de las comunidades a las que pertenece.
Radio Comunitaria	Posee una audiencia filial ubicada dentro de un perímetro principalmente rural. Ocupa su espacio para comentar los sucesos de su comunidad utilizando un lenguaje propio de los oyentes y que permita su interacción con el comunicador.
Radio Ciudadana	Es una radio que apunta a la transmisión de los derechos. Es una radio sin fines de lucro, principalmente ubicada dentro del perímetro urbano o rural. Este sirve a una comunidad y apunta al ejercicio comunicativo de una metrópoli o un distrito.

## **2.3 El desarrollo de la radio en Quito.**

En un breve recuento por los estadios de la radiodifusión en el país se puntualiza algunos momentos en que el medio toma un papel trascendental de las decisiones políticas de la sociedad, mostrando así su importancia para la comunidad y ante todo el hecho de argumentar la importancia de la delimitación y alcances del producto.

### **2.3.1 Antecedentes.**

La Radio ingresó al Ecuador en 1920 innovando la hasta entonces comunicación telegráfica. Acompañó al nacimiento de la Era Ferroviaria de los 1930 principalmente en Quito y Guayaquil, polos de desarrollo económico.

La Radiodifusión inició como un encuentro entre radioaficionados que, por su condición social accedían a este tipo de tecnología de altos costos para la época y que se popularizó en Europa. Existen testimonios de que la familia Cordobés, propietaria de la fábrica textil El Prado, en Riobamba, Chimborazo, realizó las primeras transmisiones bajo el seudónimo de Radio El Prado que lanzó su primera emisión el 13 junio de 1929. Esto debido a que la ciudad chimboracense era el punto central entre la urbe capitalina y el puerto principal.

Otro de los momentos importante en cuanto al desarrollo de la radio ecuatoriana el dado por Guayaquil Radio Club, fundado en mayo de 1923. Este se forjaría como semillero de algunos de los pioneros de la radiodifusión en el país. Las transmisiones radiales tomaron pilares en la sociedad ecuatoriana del siglo XX con la información de desastres naturales como el terremoto de 1942 y el de 1949 en Ambato.

La Radio experimental estatal HC1DR se convirtió en 1932 en Radio HCK que transmitía con un equipo Collins 250 Vatios. En una segunda etapa se refundó en 1960 con el nacimiento de Radio Nacional con una parrilla musical y deportiva.

Raúl Borja, historiador y catedrático, reseña en su obra “Medios de comunicación y los pueblos indígenas”<sup>38</sup>, la Radio Nacional aportó significativamente en el estallido radial

---

<sup>38</sup> BORJA, Raúl. *Comunicación social y los pueblos indígenas del Ecuador*. Ed. Abya – Yala. Quito, Ecuador. 1998. Pág. 76.

ecuatoriano. Esto a partir de un cambio cultural masivo, en donde se prefiere las radios más musicales que orales en cuyo caso se impone un sonido de mejor calidad que vino de la mano primero del estéreo y luego de la tecnología digital.

Es imprescindible hablar de Radio Hoy Cristo Jesús Bendice (HCJB) dentro de la radiodifusión ecuatoriana y que bajo el eslogan “La Voz de los Andes”, inició a transmitir en el territorio ecuatoriano el 25 de diciembre de 1931. La radio respondía a la dirección de la Iglesia Evangélica y se fundó como franquicia de The World Radio Missionary Fellowship con origen en los Estados Unidos.

Radio La Voz de Imbabura, del Municipio de Ibarra, fue fundada en 1935 por Aurelio Gómez Jurado. Radio Bolívar se inauguró en marzo de 1936 en Quito, su propietario, Manuel Mantilla Mata fue también pionero del cine en la capital. Luego, fundó Radio Colón en 1938. La familia Mantilla Ortega de Grupo El Comercio fundó Radio Quito en 1940.

En la actualidad uno de los episodios más importantes de la radiodifusión ecuatoriana fue el encabezado por el comunicador Paco Velasco quien usó su espacio radiofónico en radio La luna como trinchera mediática contra el entonces presidente Lucio Gutiérrez (abril del 2005).

### **2.3.2 Radio Quito y el caso de “La Guerra de los Mundos”.**

Radio Quito, desde sus primeros años, se caracterizó por ser una emisora informativa y musical. Tenía artistas propios para las actuaciones musicales y para el radioteatro.

En 1949, alcanzó el prestigio que no lograba ninguna otra emisora ecuatoriana. La emisora transmitía en los 1360 kHz en onda media y 5970 kHz en onda corta. Lo que destacaba a Radio Quito “La Voz en vivo de la Capital”, eran sus programas noticiosos, sus presentaciones musicales en vivo y su popular elenco de radioteatro.

Paradójicamente, sería una radionovela la que trágicamente terminó con las transmisiones de la popular emisora por espacio de dos años. Ocurrió en la noche del sábado 12 de febrero de 1949. Se transmitía una adaptación ‘criolla’ de la novela “La



Guerra de los Mundos" del escritor inglés H. G. Wells, la misma que 11 años antes produjera pánico en regiones de EE.UU. al transmitirse una adaptación por radio.

Concebida por el director artístico Leonardo Páez<sup>39</sup>, la emisión causó una verdadera agitación popular en Quito, una ciudad esencialmente tranquila. Al sentirse burlados, varios oyentes se desahogaron contra el edificio en donde funcionaba la emisora y el periódico El Comercio, ubicado en la calle Benalcázar y Chile, centro de Quito.

Primero fueron piedras y ladrillos. Luego alguien prendió fuego al edificio. Las grasas y aceites de la imprenta del periódico, al igual que el papel allí almacenado, permitieron que la conflagración fuera rápida y total. El argumento de la novela de Wells narra el inesperado descenso a la Tierra de una máquina celeste procedente de Marte. Muchos quiteños no conocían la obra de Wells, pero sí reinaba un clima propenso a su presentación, pues en la prensa local "coincidentalmente" se hablaba en esos días de avistamientos de platillos voladores en las montañas cerca de Pasto, en Colombia.

Muy pocos estaban al tanto de lo que los actores del radioteatro tenía planeado. Los populares cantantes Benítez y Valencia también se sorprendieron. Después de su primera canción en vivo, el locutor los interrumpió para informar que ya se había visto un objeto volador sobre las Islas Galápagos. Y no terminaron de cantar la tercera canción cuando el locutor informaba que un platillo volador había descendido en las afueras de Quito (en aquel entonces), en el barrio de Cotocollao.

Allí empezaba la dramatización. Hablando a través de un vaso para distorsionar la voz, los actores seguían informando sobre la visita de los extraterrestres. Podían escucharse órdenes impartidas a destacamentos de las Fuerzas Armadas para que atacaran a los supuestos invasores. También se escuchaban supuestas llamadas de Radio Continental, de Ambato; Radio La Voz de Tomebamba, de Cuenca; Radio Cenit, de Guayaquil y otras emisoras. Todas advertían del peligro que se cernía sobre el Ecuador, pues se decía que había una nube de gases asfixiantes que se acercaba a la capital desde el sur, en donde ya estaba en problemas la ciudad de Latacunga.

---

<sup>39</sup> GRUPO EL COMERCIO, Un siglo de vida. Ediecuatorial 2006. Pág. 72.

Pero la obra no terminó de transmitirse porque la marea humana no permitió que continuara. Sólo se alcanzaron a transmitir unos 20 minutos de la obra adaptada al radioteatro antes que una masa enfervorizada encendiera el edificio. La policía, al no divisar extraterrestre alguno en las afueras de Quito, y viendo que se trataba de una burla, se desentendió del problema. No se prestó ningún auxilio a los artistas, periodistas y demás trabajadores que intentaron ponerse a salvo, saltando del techo del edificio a otro colindante. Cinco personas perecieron calcinadas en las llamas. Los daños se calcularon en 8 millones de sucres, muy por encima de los 2,5 millones que era el valor asegurado de los bienes.

Radio Quito estuvo fuera del aire durante dos años. Sólo el 30 de abril de 1951 pudo reanudar sus transmisiones. En la actualidad, Radio Quito sigue siendo una de las principales emisoras ecuatorianas. Ahora transmite en los 760 kHz en onda media.

### **2.3.3 La radio en Quito a finales del siglo XX.**

En los últimos 25 años la nueva generación de empresarios de radio aplicó una visión crediticia al medio de comunicación con la implementación de un sistema de comercialización basado en la pelea sin trincheras por las audiencias. Indudablemente esto propició una mejora del aspecto técnico y programático de las emisoras.

Raúl Borja explica que la Radio experimentó un crecimiento en la década de los noventa sobre con el uso incontrolado de la banda de Frecuencia Modulada (FM) en un incremento durante esa época en un 70%. Las emisoras FM desde 1990 al 2000 crecieron en un 224%, mientras que las de Amplitud Modulada hicieron en un 12.6% y las de Onda Corta en un 11%. Las emisoras AM, siguen teniendo una presencia importante en términos puesto que representan el 41% del total nacional.

La publicidad fue el “pulmón” de la economía de las Radioemisoras y estaba controlada por las agencias publicitarias que preferían pautar en las FM. Una audiencia que demandaba más que nunca buen sonido, en especial en los programas musicales que han sido los favoritos. El sonido más refinado se logró exclusivamente en esta banda.

En el auge referido hay que considerar también la coyuntura política que se presentó con el Gobierno de Durán Ballén (1992 - 1996). Allí hubo una concesión indiscriminada de frecuencias del espacio radioeléctrico, aunque sea considerado un bien intangible y que debía ser administrado técnicamente. Por una parte, tradicionalmente los propietarios más importantes de emisoras de Radio y televisión han controlado la cúpula del organismo estatal que concedía las frecuencias, el Consejo Nacional de Radio y Televisión, interviniendo de modo directo o indirecto en las decisiones del ente, y por otra, existía un manejo político de la facultad discrecional del Estado.

En más de un caso habrían sido entregadas a periodistas, a cambio de su ‘objetividad’ a favor del gobierno de turno, así como a diputados y otros políticos como pago de favores por sus compromisos coyunturales con el Régimen. Estos manejos arbitrarios de la concesión de frecuencias han sido investigados por la Comisión de Control Cívico de la Corrupción del Ecuador. En el año 2000, la Comisión identificó la existencia de 236 contratos que otorgaban más de 1000 frecuencias de Radio y televisión, la mayoría de las cuales fueron concedidas sin los debidos informes técnicos y legales.

Existen tres clases de emisoras: Las estatales, que cubren todo el territorio gracias a las diferentes estaciones que posee por frecuencias de tipo público, o aquellas a las que se encuentran asociadas. Emisoras comunitarias, que emiten exclusivamente para su comunidad (aunque no todas las de esta clase cuentan con este tipo de operadores). Emisoras locales (entre las que se encuentran las municipales, las locales de titularidad privada, las libres, las asociativas, las escolares, entre otros), que radian en diferentes ciudades, pueblos o sectores.

#### **2.3.4 El tratamiento de una Ley de Comunicación en el marco de esta producción radiofónica.**

La revista radial inicia a idearse y proyectarse en el contexto del tratamiento de una Ley de Comunicación propuesta tras la aprobación en Consulta Popular de la Constitución de Montecristi del 2008, en el segundo Mandato del presidente Rafael Correa Delgado. Para junio del 2011 se había realizado el tratamiento en primer debate del texto

propuesto por el asambleísta Mauro Andino, de Alianza País, un bloque que posee 60 de las 124 curules que conforman la Asamblea Nacional.

Un mes más tarde, en julio del 2011, los miembros de la Comisión de Comunicación aprobaron el mecanismo del análisis bajo el cual redactar el informe para segundo y definitivo debate en el Plenario. El 7 de agosto, el legislador Mauro Andino (A. País), presentó a los otros 10 miembros del organismo legislativo su propuesta de cronograma y de orden de temas a ser tratados para elaborar el informe.

La aspiración de Andino era que el segundo informe sea presentado antes de que termine julio. Ese fue el primero de los cuatro pasos del procedimiento parlamentario regular antes de que la ley de comunicación entre en vigencia.

En la reunión, la Comisión también definió la prioridad con que se debatirán los principales ejes de la ley. La idea de Andino es que primero se evacuen los puntos en que sea más fácil el consenso con los diferentes bloques parlamentarios. En ese marco, la inclusión de un consejo de regulación de contenidos y los criterios de responsabilidad ulterior de los periodistas se perfila como los puntos más tensos. Sobre todo, porque la bancada oficialista ya ha dejado en claro que no son negociables, por ser parte de la pregunta 9 de la Consulta Popular aprobada el 9 de mayo del 2011.

Gremios periodísticos y asambleístas no alineados con el Gobierno, como Paco Moncayo o Lourdes Tibán, expresaron sus inquietudes por la forma en que se conformará ese consejo regulatorio que hasta el momento no se ha establecido.

Entre otras razones, porque Doris Solís, ministra de la Política, ha anticipado que el Gobierno buscará tener representación en esa entidad de control. A esto se suma que el presidente Rafael Correa manifestó que usará el veto presidencial para modificar la ley, en caso de que su contenido no se ajuste a las que llamó “aspiraciones del pueblo”.

Esa posición no es compartida por la oposición, que sostiene que no puede ser el poder el que vigile y controle a los medios. Los 4 pasos para que se apruebe la ley de comunicación:

- 1) Los miembros de la Comisión de Comunicación deben analizar el contenido del proyecto de Ley de comunicación. Tras concluir con el debate interno se presentarán el informe para segundo debate en el Pleno de la Asamblea. En caso de disensos, se pueden presentar un informe de minoría a la Asamblea.
- 2) El informe o informes de la Comisión de Comunicación van a manos del Presidente de la Asamblea, quien debe fijar la fecha para que el Pleno debata el informe. Los asambleístas pueden realizar cambios al articulado del proyecto. Luego se procede a la votación y aprobación.
- 3) Una vez que la Asamblea aprueba la ley, su contenido pasa a conocimiento del Presidente de la República. Él tiene un plazo de 10 días para pronunciarse en dos formas: aceptar el contenido de la ley u objetar la ley. En caso de que formule observaciones, el texto regresa al Congreso.
- 4) El pronunciamiento del Ejecutivo llega al Presidente del Congreso, quien debe remitirlo a la Comisión de Comunicación. El organismo debe preparar un informe que recomiende al Pleno el insistir en el texto o aceptar el veto. Para insistir deben existir al menos 83 votos.

#### **2.4 La radio ciudadana como un actor clave para el Desarrollo Ciudadano.**

Por lo general, cuando se habla de la participación en la Radio, uno se imagina al oyente llamando por teléfono, escribiendo o acudiendo a las instalaciones para dar su mensaje u opinión para democratizar de esta manera los contenidos de la emisora.

En otras ocasiones se asocia participación con los debates, conversatorios o mesas redondas donde intervienen pobladores, autoridades o profesionales en torno a temas de interés actual.

Dicho de cualquier forma la radio es un actor social que incide en el desarrollo de las personas o ciudadanos que conforman la glosa en un grupo humano, esto en la actualidad pues se ha consolidado de tal manera que hasta los medios multimediales presentan alternativas sonoras de programación a toda hora por Internet.

### **2.4.1 El impacto y éxito de una radio ciudadana**

La radio ciudadana se relaciona directamente con el ejercicio de los derechos ciudadanos y como un espacio de encuentro social. Son espacios de recomposición del tejido social tomando en cuenta la promulgación de los derechos humanos. Entre estos podría destacarse la representación de lugares para el debate sobre la identidad o de la edificación de los puntales de los sistemas democráticos.

Una emisora de tinte comunicacional enfocado en lo ciudadano tiene la opción de realizar diversas actividades desde festivales musicales, concursos, carreras de maratón, entre otras... No es ajena a ninguna de esas iniciativas y como además su enfoque de desarrollo tiene como norte la construcción de una sociedad participativa y democrática, buscará que lo que se proponga esté en relación con ese enfoque.

Esto también es válido cuando se fiscaliza a una autoridad pues no se trata de hacerle un daño o que el objetivo sea el de obtener un mayor ratings de sintonía.

La fiscalización se realiza porque la corrupción va en contra de los derechos ciudadanos, perjudica directamente a la población y, a la larga, amenaza las bases de una sociedad democrática.

Si se quiere evaluar el impacto o éxito de una Radio ciudadana se debe contar con algunos indicadores objetivos y metas claras, acciones programadas, campañas, iniciativas, convenios, entre otros... sobre el nivel de participación de la audiencia en las actividades que promueve la Radio.

Incluso es necesario evaluar cuánto se ha contribuido en la creación de espacios de participación ciudadana y de concertación en la sociedad. Evaluar si la opinión de la gente es tomada en cuenta y cómo ha logrado influir en la decisión de las autoridades son importantes indicadores.

A esto se debe agregar el tipo de relación que se ha establecido con las organizaciones sociales y otros actores de la sociedad y las iniciativas que se ha apoyado o promovido.

El éxito de una Radio ciudadana no estará sólo en la cantidad de acciones que realice sino también en la calidad de estas, lo que supone participación de la ciudadanía, de sus organizaciones, concertación entre los actores sociales y espacios de diálogo y fiscalización.

## **2.5 Periodismo con un enfoque hacia el Desarrollo Ciudadano.**

Es necesario establecer una carta de ruta para este aspecto. Esto a manera de manifiesto y mediante el cual se define las creencias que promulga.

- **Todos somos Quito busca los espacios en donde se necesita su presencia.**

Antes de comenzar este proyecto se establece una necesidad que se sustentará o apoyará dentro de los barrios del cantón Quito. Así, sus habitantes podrían comprometerse con su apoyo y estarán dispuestos a colaborar en él. Si estas condiciones no se dan, el fracaso del proyecto es inevitable y es mejor no perder el tiempo en realizarlo.

- **Todos somos Quito busca el apoyo de otros grupos para el desarrollo.**

Al mirar los ejemplos de productos enfocados para el desarrollo y el periodismo ciudadano se establece el papel primordial de los auspiciantes para mantener la fidelización de las audiencias. La búsqueda de apoyo, sea económico o académico es fundamental para porque es un pilar del sentido autosustentable del producto. Todos somos Quito debe plantearse como un producto transversal para las entidades que buscan promocionar su accionar en un medio público.

La idea es pensar qué tiene el producto para ofrecer, siendo el primero en ponerlo a disposición ante otros grupos u organizaciones que lo puedan necesitar. La retribución será evidente pues los grupos siguen los mismos objetivos: ayudar a la comunidad.

- **Todos somos Quito cuenta la historia de la gente.**

El trabajo de la revista radial es colaborar al desarrollo del bienestar en Quito. El accionar de los ciudadanos al narrar sus historias y puntos de vista es primordial. En las siguientes páginas se define la línea editorial y gestión periodística de la revista 'Todos somos Quito'.

No se descartan la utilización de noticias negativas dentro del espacio. No es prudente el alejarse totalmente de la realidad social pues los oyentes podrían creer que el programa radial se mantiene dentro de una burbuja y que por tanto es ajeno a su diario vivir.

- **Todos somos Quito no tiene licencia para crear un periodismo ciudadano.**

No cae en la arrogancia de considerar que los estudios universitarios otorgan una licencia para deconstruir los conceptos de sociedad quiteña. El periodismo, como señala Kapuscinski<sup>40</sup>, es una profesión que se reinventa en cada grupo social. De allí la importancia de sostener un pensamiento de evolución constante sobre conceptos y la necesidad de innovación para quienes lo ejercen. A todo esto se determina que el ejercicio periodístico realizado en es solo un aporte a la comunicación. Las respuestas se irán dando sobre la ejecución del mismo.

- **Todos somos Quito busca lo que la comunidad requiere.**

No se debe trabajar pensando que todas las personas que se forman como oyentes van a convertirse en líderes de opinión crítica de una sociedad. La búsqueda parte del análisis de la falta de identidad ciudadana de una sociedad. Pero es necesario establecer que el producto no cambiará la sociedad, es sentar una experiencia que podrán realizar los próximos comunicadores y periodistas profesionales. El compartir con los oyentes las historias de los microempresarios destacados en cada barrio aportará también a que se creen emprendedores. Todos somos Quito equilibra la política y la economía social en su discurso, con el segmento de entrevistas y vecino destacado, respectivamente.

- **Todos somos Quito trabaja en torno a las ideas y es autosustentable.**

Es necesario destacar que actualmente las oportunidades de reinención del periodismo son infinitas. Nunca han existido tantas herramientas accesibles para que cualquier persona pueda llegar a una gran audiencia. Así que es el momento para pensar de manera abierta y creativa cómo se quieren consumir noticias e historias.

---

<sup>40</sup> KAPUSCINSKI, Ryszard, *Encuentro Con El Otro*, Ed. Anagrama, Bogotá – Colombia, 2007. Pág. 41



Los costos de realización del programa son menores a los de una producción televisiva o audiovisual, por tanto, es necesario establecer que esta no es una revista radial para lucrar. Sin embargo y cómo se expone en los siguientes párrafos, la revista radial está pensada como un producto que garantiza su permanencia y factibilidad para desarrollo y ejecución.

### **2.5.1 Informar e interpretar.**

Tras iniciar con la implicación deontológica del tema se determina una analogía para la mejor comprensión de lo expuesto:

Informar o interpretar son vocablos obviamente diferentes en su modo de escritura. Informar es un acto que recuerda el desarrollo social. El segundo habla sobre un ejercicio individual del periodista que utiliza sus preconceptos, su formación, sus valores... para de aquella manera proporcionar un juicio apegado a la objetividad que permita a sus similares sacar sus propias conclusiones.

Surge entonces una inquietud. ¿Qué relación textual y semántica existe entre la valoración del suceso y el texto que elabora el periodista en su noticia?

En los medios de comunicación existe una costumbre de paternizar los registros informativos. Para citar un ejemplo que podría dar pie a una contraste de opiniones es el caso de los reportajes televisivos, en los cuales se prioriza la cobertura noticiosa a los informes investigativos. Estas experiencias televisivas –y en parte radiofónicas- no son más que casos específicos. No son experiencias comunes en el resto de medios.

El titular con nombre y apellido a cada nota es parte del ejercicio. La identificación de autoría del proceso informativo tiene origen en la responsabilidad ética expuesta y aplicada por el redactor.

El interpretar es un ejercicio que se ubica en el contexto de la transmisión de opinión. La interpretación es una promulgación del contexto de un hecho para aportar con más

elementos a los destinatarios. El lenguaje es el medio intencional de actuar sobre el mundo y no una simple representación de él<sup>41</sup>.

### **2.5.2 Desarrollo, Democracia y Ciudadanía.**

El desarrollo, la democracia y la ciudadanía son términos históricos en la actualidad. Por tal motivo se plantean los escenarios que podrían alterar la sociedad hacia la que se apunta llegar y deconstruir.

¿Al desconocer a un ciudadano se puede hablar de democracia?

Definitivamente no. La democracia es un ejercicio político de representación de la sociedad basado en la sucesión de poder de los sujetos a un delegado mediante consenso o mayoría de electores.

Esto determina claramente que una democracia parte de la voluntad del individuo en someterse a la representación que a quien se le entrega esta potestad, tiene en la sociedad. Sin sujetos no hay democracia.

Luego, el ejercicio democrático debe tener como objetivo la potenciación de esa representatividad entre los mandantes o actores políticos gobernantes y el conglomerado ciudadano al que representan.

El que los sujetos estén claros de los conceptos políticos que rigen en el sitio al que ellos entregaron dicha representatividad, es promover un sentido de democracia.

¿Es necesario reconocer a la ciudadanía para promover el equilibrio entre Poderes?

Ciertamente si lo es. En un ejercicio de socialización de la equidad a la que apunta la democracia es indispensable establecer el modelo perseguido. Una democracia basada en la representación de los votantes o en la aceptación de los mandantes.

---

<sup>41</sup> CANTAVELLA, Juan. Redacción para periodistas: informar o interpretar. Ed. Ariel. Barcelona – España. 2004. Pág., 39

Pablo Lucio Paredes, director del Centro de Estudios Económicos de la Universidad San Francisco de Quito, considera que la democracia en el país se malentendió con el caudillismo mesiánico del inquilino de Carondelet de turno. “Esto (la democracia) no se trata de establecer cómo una sociedad acata los mandatos del Presidente. Por el contrario, ¿es cómo el Primer Mandatario es controlado por sus representados?”

### **CAPÍTULO 3: REVISTA RADIAL**

Para una mejor comprensión y organización de lo escrito, se toma como ejemplo el documento suscrito por el Lic. Armando Grijalva, quien desarrollo una herramienta pedagógica denominada “Ficha Propositiva” se realizó una propuesta para la gestión del producto radiofónico ‘Todos somos Quito’.

A continuación, los argumentos sociales y teóricos que sustentan la propuesta comunicativa, el desarrollo del producto y las conclusiones del trabajo.

#### **3.1 La necesidad identificada**

El primer dilema en que se sustenta la realización del producto es la construcción y adopción de la Identidad social. Este precepto tiene como base la falta de consensos en cuanto a la definición de la Identidad ciudadana en Quito. Esta primera cita es un ejercicio común dentro de la mayoría de sociedades y grupos humanos en el mundo<sup>42</sup>.

Cabe destacar que ‘Todos somos Quito’, no es un instrumento de alineación ideológica que intente homogenizar un concepto de identidad dentro de los moradores de la urbe, sencillamente ese no es el papel de los medios de comunicación<sup>43</sup>, ni de este producto.

Al indagar sobre el concepto de Identidad Quiteña en la actualidad, las referencias más visibles se refieren a la década de los años 1990. En aquel entonces, los gobiernos locales de la época realizaron campañas de urbanidad basadas en las memorias del Centro Histórico, del Quito y los personajes notables de los años 1950<sup>44</sup>. Hasta ahora son escasos los productos y ejercicios comunicativos que fomenten los orígenes de los otros

---

<sup>42</sup> ADORNO, Teodoro. *Dialéctica Negativa*. Ed. Taurus. Madrid, España. 1987. Pág. 72.

<sup>43</sup> LASWELL, Harold. *Propaganda en la Guerra Mundial*. Ed. Taurus. Madrid, España. 1993. Pág. 90 – 97.

<sup>44</sup> En referencia a las campañas publicitarias sobre urbanidad de la alcaldía de Rodrigo Paz 1988 – 1992 y Jamil Mahuad, 1992 – 1998. Con la recuperación del Evaristo Corral y Chancleta, un personaje del vodevil quiteño de los años 1960 – 1980 que procuraba la conservación y limpiezas del espacio público. Este personaje fue ampliamente reconocido por su trabajo en cuanto a la recuperación de valores cívicos.

barrios de Quito. Existen historias de 180 barrios tanto en el norte, sur, este, oeste y periferias del Distrito Metropolitano<sup>45</sup>, que pueden documentarse.

Este producto atiende principalmente ese hueco en el ejercicio mediático y se evidencia en un simple ejercicio de análisis sobre la oferta comunicativa que tiene el espectro de medios de comunicación capitalinos. Es necesario el replantear la parrilla de programación<sup>46</sup> de los medios o en otras palabras, la variedad de productos que ofrecen para aportar en la construcción de mejores prácticas ciudadanas.

Luis Ramiro Beltrán explicó que los medios de comunicación tienen el rol de incidir en el proceso de Identidad ciudadana<sup>47</sup>, dentro de cada grupo humano. Por tanto, la creación de una revista radial de comunicación ciudadana cuyo objetivo es la transmisión de la historicidad de los barrios de Quito, de los personajes destacados que posee cada sector y que posee como nombre un mensaje de unidad ‘Todos somos Quito’, tiene grandes posibilidades en la aportación a la Identidad Quiteña.

A continuación se recopila algunos de los indicadores que aportan a la comprensión del problema que sustenta el producto.

<b>Indicadores del problema</b>	<b>Efectos producidos</b>
<b>Conceptos ambiguos sobre identidad desde el inicio de la ciudad.</b>	Desde el nacimiento de la sociedad Quiteña como tal, el concepto de mestizaje se arraigó en la conciencia social de los ecuatorianos, concluye Handelsman (2009) tras un análisis a los escritores

<sup>45</sup> Se puntualiza esta cita en el trabajo realizado por el Colectivo VIVA Comunicación Integral desde 1995. Más en el sitio <http://vivacomunicacionintegral.blogspot.com>

<sup>46</sup> Parrilla de programación: oferta de productos de un medio de comunicación para su audiencia.

<sup>47</sup> BELTRÁN, Luís. *Incomunicación y subdesarrollo en América Latina: el contenido de los mensajes de los medios masivos de comunicación*. Documento presentado a la Asamblea General de AIERI. Buenos Aires. Argentina. 1979.

	nacionales de los años 30's que aportaron con la creación de imaginarios culturales <sup>48</sup> .
<b>Desconocimiento de la historia de los barrios que conforman el Distrito Metropolitano de Quito.</b>	Tito Jara, cineasta ecuatoriano, argumentó el rodaje de su última película “A tus espaldas” (2011) en los problemas de identidad palpables entre los jóvenes quiteños <sup>49</sup> . La falta de conocimiento de la historia de los jóvenes del sur y norte de Quito sobre los procesos de creación de sus barrios y la falsa identidad que poseen sobre el sector norte de la misma ciudad se expresa en este largometraje cuyo eje central es la virgen del Panecillo.
<b>Carencia de productos comunicativos enfocados hacia la identidad ciudadana.</b>	Según datos de la firma InfoMedia, sobre medios de comunicación en Quito, se contabilizan: 44 Radio estaciones en Frecuencia Modulada (FM), 28 en Amplitud Modulada (AM). Siete estaciones televisivas en VHF, 14 estaciones televisivas en UHF. Existen unos 3000 portales web domiciliados en Quito. Otro dato relevante es que el 7,2% de la población en Quito posee televisión pagada. <sup>50</sup> Aproximadamente el 60% de la parrilla de programación pertenece a opciones de entretenimiento, música y farándula. El 30% está

<sup>48</sup> HANDLOSMAN, Michael. *Joaquín Gallegos Lara y el “Síndrome de Falcón”: literatura, mestizaje e interculturalidad en el Ecuador*. KIPUS Revista Andina de Letras. Ed. Universidad Andina Simón Bolívar. Quito, Ecuador. 2009.

<sup>49</sup> Esta información se puede acceder en el link:  
[http://www.cinetvecuador.com/web/index.php?option=com\\_content&view=section&layout=blog&id=4&Itemid=26](http://www.cinetvecuador.com/web/index.php?option=com_content&view=section&layout=blog&id=4&Itemid=26)

<sup>50</sup> Datos accesibles en el sitio [www.infomedia.com.ec](http://www.infomedia.com.ec).

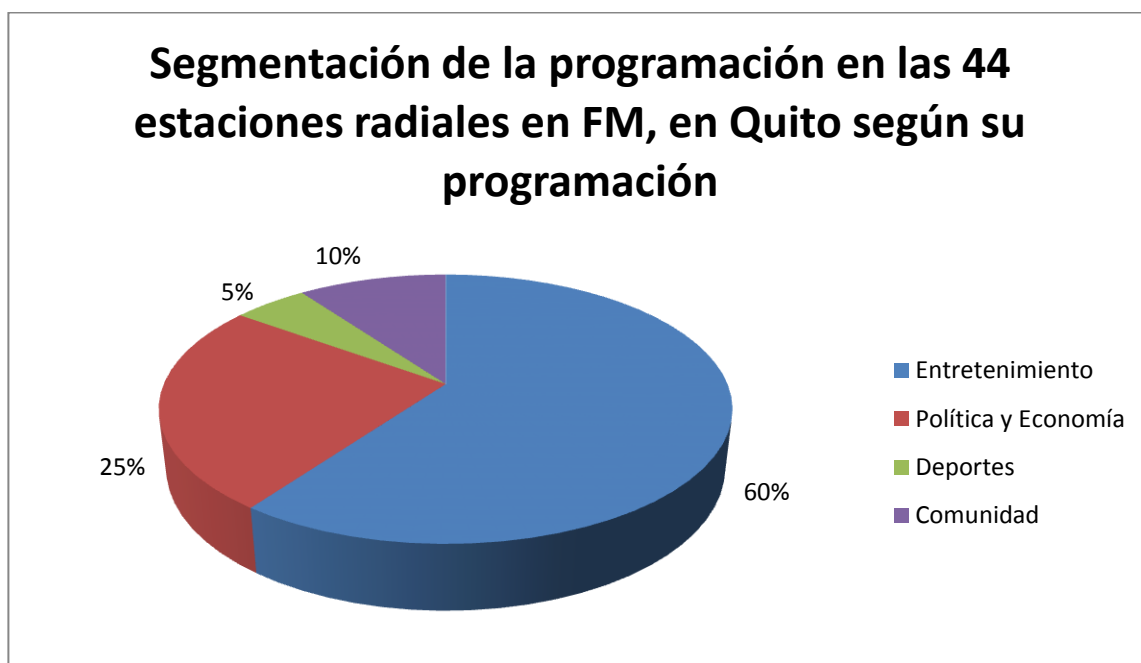
	destinado a los noticieros informativos, mismos que utilizan una agenda de temas en la cobertura del pulso político y económico del país. El 10% restante corresponde a productos de comunicación local, es decir noticieros comunitarios, estampas históricas, opciones Radio educativas locales y otros tipos de programas.
<b>Falta de consensos entre conceptos referentes a la Identidad social.</b>	Existen procesos de re significación de los imaginarios sociales que se basan en la identidad construida sobre la pertenencia geográfica de un grupo humano. Se analiza la obra de Ernest Gellner (1983), allí se establece la poca probabilidad de encontrar un grupo humano que posee una pureza social –biológicamente hablando- y por tanto, la ideología de Pertenencia a un sitio terrenal implica el establecimiento de otros conceptos, como héroes locales, leyendas y patrimonios orales <sup>51</sup> .
<b>Vulnerabilidad política de los sujetos carentes de identidad ciudadana.</b>	Según el sociólogo Isaac Bigio <sup>52</sup> , la vulnerabilidad de los sujetos a las prácticas políticas demagógicas a las que se exponen por parte de sus representantes al gobierno se basa en la falta de una identidad social. La idea se fundamenta en la imagen de Ciudadanía que venden los políticos demagogos y que es fácilmente adquirida y asociada por los sujetos que no poseen una idea

<sup>51</sup>GELLNER, Ernest. *Naciones y Nacionalismos*. Ed. Pinguino. Oxford, EE.UU. 1983. Pág. 6.

<sup>52</sup> Isaac Bigio, sociólogo especialista en Latinoamérica de la London School of Economics y articulista de la Red Voltaire, sus artículos se acceden en la página [www.voltairenet.org](http://www.voltairenet.org)

	<p>clara acerca de la historia de su grupo humano y por tanto, se guían hacia quien les oferta una identidad.</p>
<p><b>La legalización de barrios y el concepto de territorialidad</b></p>	<p>Hasta mayo del 2012 se habían identificado 470 barrios pertenecientes al Distrito Metropolitano de Quito. La administración de Augusto Barrera (2009 – 2013) había legalizado a más de 190 barrios hasta la elaboración de este producto. La informalidad de la planificación urbana podría influir en la percepción ciudadana sobre el sentido de pertenencia a un barrio organizado.</p>

Se amplía la información obtenida de Infomedia sobre el déficit de productos comunicativos enfocados hacia la identidad ciudadana.



Fuente: Ibope Time.



Aquí se hace evidente el papel de los medios de comunicación en la capital. En Quito, las opciones comunicativas enfocadas hacia el periodismo ciudadano, por lo general, terminan por ser ventanillas de quejas o en cajas de recolección de denuncias contra la alcaldía de turno y no se sostienen en la opinión pública.

Mario Duque, director de noticieros de comunidad de la estación televisiva Ecuavisa, en una entrevista realizada en el 2010, manifiesta que durante la última década, existieron varios intentos de productos de comunicación ciudadana en la urbe<sup>53</sup>. Duque analiza sobre el factor decisivo al momento de desarrollar un programa de este tipo al realizarlo dentro un medio de comunicación privado: “Las iniciativas se ven coartadas por la falta de auspiciantes para estos espacios comunicativos en medios de comunicación pues su sustento son las cuñas comerciales que poseen. El público se identifica con LOS espacios de denuncias, pero las marcas auspiciantes prefieren no anunciar en ellos”.

Así, la propuesta radial aquí planteada, se consolida en el conocimiento previo de quienes, como Duque, realizan periodismo comunitario desde hace más de una década. ‘Todos somos Quito’ toma en cuenta estas realidades del mercado para realizar un producto rentable si se lo transmite en un medio de comunicación privado.

También se establece un cuidado especial al momento del establecimiento de su agenda de temas. Se busca el interés ciudadano sin enfocarse en la denuncia ciudadana. Por el contrario, se basa en el conocimiento de las historias de cada barrio y los ‘héroes’ ciudadanos que habitan en las calles y plazas de Quito, promoviendo las soluciones en lugar de las quejas, procurando así, un beneficio para la sociedad.

En una encuesta realizada a 100 personas sobre la necesidad de consolidar un espacio de comunicación para desarrollo a manera de una revista radial.

---

<sup>53</sup>Entrevista realizada a Mario Duque Naranjo en diciembre de 2010.

### **3.2 La idea planteada**

Es una revista radial, un producto comunicativo de Radiodifusión cuyos principales recursos son la locución y la imaginación de las tratantes de audiencias. El formato de revista permite ampliar el espectro de temas que puede tratarse dentro de los límites de la comunicación ciudadana. La Revista busca ser el apoyo a dirigentes y responde únicamente a la delimitación de sus destinatarios.

#### **3.2.1 Sondeo de opinión de grupo objetivo**

Una vez propuesto el tema del desarrollo de la Revista Radial ‘Todos somos Quito’ como producto de comunicación alternativa ideado para la comunidad, se aplicó en Quito una encuesta para el sondeo de opinión. El objetivo fue especificar los requerimientos del grupo objetivo identificado previamente y de esa manera procurar una aceptación real del producto final.

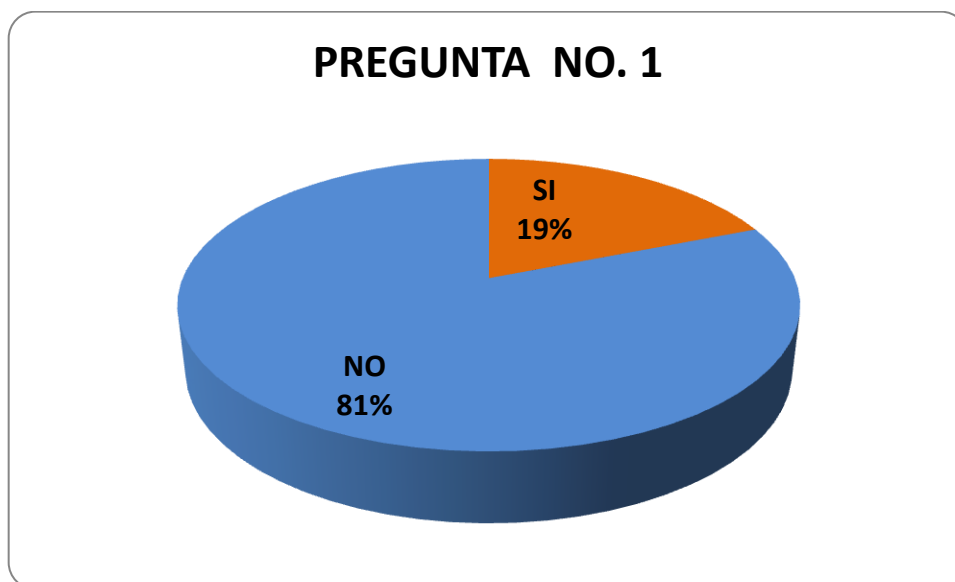
Se ejecutó una encuesta de cinco preguntas cerradas. Estas fueron aplicadas a un total de 100 personas con edades comprendidas entre los 20 y los 45 años pertenecientes a estratos sociales entre clase media y baja.

Respecto al género de los encuestados se ubicó un 70% a mujeres y un 30% a hombres.

Los datos confirman algo tangible. Existe un interés en la comunidad por ‘consumir’ opciones de comunicación alternativa. El conglomerado busca apropiarse de los espacios comunitarios y crear escenarios verdaderos para la expresión democrática.

Se procede a desglosar el sondeo de opinión a fin de que aporte a la comprensión de las necesidades establecidas. De allí los objetivos del producto comunicativo.

- **Pregunta uno. ¿Usted conoce algún programa de radio que cuente las historias de los barrios de Quito?**



**Fuente:** Sondeo de opinión

**Elaboración:** Estefanía Páez – Xavier Montero

El 81% de los encuestados indicó que no conoce un espacio radial sobre las historias de los barrios de Quito. Es evidente la carencia de espacios comunicativos pensados para la comunidad y que brinden la oportunidad para hacer parte a los radioescuchas de su agenda de trabajo. El 19% de los encuestados afirman si conocer programas que hablen sobre aquellas historias. Los productos identificados son:

- “Nuestra Zona”. Emitido por Radio Municipal. Proyecto implementado por un grupo juvenil de la Parroquia de Calderón en colaboración con la USFQ.
- “Proyecto Inti, Quito – Ecuador”.

- **Pregunta dos. ¿Le gustaría que exista un programa radial que hable sobre las historias de los Barrios de Quito?**



**Fuente:** Sondeo de opinión

**Elaboración:** Estefanía Páez – Xavier Montero

El 96% de la muestra respondió que le gustaría escuchar un programa radial que hable sobre las historias de los barrios de la capital. De este resultado se deduce que para los consultados es importante la creación de estos nuevos espacios para la comunicación alternativa como espacios de participación. La radio comunitaria se hace por la misma comunidad, para la comunidad.

El 4% de la muestra poblacional considera que no es necesario.

- **Pregunta tres. ¿En qué horario le gustaría que sea transmitido el programa radial?**



**Fuente:** Sondeo de opinión

**Elaboración:** Estefanía Páez – Xavier Montero

El 33% respondió que su horario de predilección para escuchar la transmisión del programa radial sería de entre las 09h00 a 10h00. El 16% respondió que preferirían que el horario sea de 14h00 a 15h00. El 56% de los encuestados definieron a su horario de transmisión sea entre las 18h00 – 19h00.

La decisión de los realizadores de la revista radial ‘Todos somos Quito’ fue que el horario de transmisión del producto sea entre las 09h00 a 10h00. Esto debido principalmente a que se topan temas coyunturales en el espacio de opinión y podría discontinuar al contenido una transmisión nocturna. Otro de los motivos es que se identificó que el grupo objetivo, principalmente amas de casa, realizan una primera pausa en su actividad matinal a esa hora. Esto tras enviar a sus niños a la escuela.

- **Pregunta cuatro. ¿En qué banda FM o AM le gustaría que se difunda el programa de radio?**



**Fuente:** Sondeo de opinión

**Elaboración:** Estefanía Páez – Xavier Montero

El 94% de los encuestados respondió que tiene como preferencia que este producto radial sea transmitido por una estación en Frecuencia Modulada (FM). La respuesta determina la evolución de las emisoras en la capital. Tan solo el 6% manifestó que prefieren que el programa se escuche en una estación de Amplitud Modulada (AM).

- **Pregunta cinco. ¿Qué tiempo de duración le gustaría que tenga el programa radial?**



**Fuente:** Sondeo de opinión

**Elaboración:** Estefanía Páez – Xavier Montero

Del 100% de encuestados, el 39% respondió que el tiempo de duración del programa debería ser de 30 minutos. El 58% afirma que el tiempo de duración de la Revista Radial ‘Todos somos Quito’ debería ser de 60 minutos. El 3% considera que podría ser de 120 minutos.

De acuerdo a los resultados de la encuesta de opinión aplicada, el producto comunicativo tendrá el tiempo de duración de 60 minutos, ya que se considera que el nivel de producción de reportajes y entrevistas requiere de este tiempo para participarles a los oyentes y satisfacer las inquietudes de la comunidad.

### **3.2.2 La línea editorial de ‘Todos somos Quito’**

Todos somos Quito es una revista radial con base en la promoción del derecho ciudadano a la identidad. Los principios que promulga se basan en el ejercicio político democrático de los derechos ciudadanos.

Ante esto, la línea editorial se enmarca en los siguientes parámetros:

- ¿Qué hacemos? Todos somos Quito es una revista radial que se transmite mediante un medio público. Este producto es una opción comunicativa que promulga la participación ciudadana en un contexto social (2009 – 2012) en la que se replantea el uso de los medios de comunicación. Producimos contenido comunicativo en formato radial de alta calidad. Producimos contenido comunicativo con las historias de los barrios capitalinos. Hacemos un programa sustentable.
- ¿Qué no hacemos? Todos somos Quito no hace contenidos ofensivos para ninguna etnia, orientación sexual, nacionalidad, entre otra que pueda afectar a un grupo mayoritario o minoritario que habite en el Ecuador. La revista no incumple con los reglamentos y legislaciones vigentes para los temas de comunicación en el país. La revista radial no hace denuncias, por el contrario, se dedica a guiar a los oyentes sobre temas que los afectan con las autoridades que pueden ayudarlos.
- ¿Por qué lo hacemos? Todos somos Quito cree en el derecho a la identidad ciudadana como opción para viabilizar las buenas prácticas de convivencia social. El desarrollo de contenido radial está relacionado principalmente con ese concepto.
- ¿Por qué no lo hacemos? Todos somos Quito entiende la repercusión social que implica la divulgación de contenido mal manejado. La credibilidad es la fuente del trabajo periodístico y bajo ese precepto no se puede comunicar cosas inciertas.
- ¿Cómo lo hacemos? Todos somos Quito cuenta con un equipo periodístico enfocado en el periodismo investigativo. La calidad de los productos depende únicamente del compromiso de los mismos. Los periodistas deben priorizar la investigación en los barrios del Distrito Metropolitano de los que no se tiene conocimiento.
- ¿Cómo no lo hacemos? Todos somos Quito no tiene el sentido de promoción turística del Centro Histórico. Las agencias culturales se encargan de ello. No se entrevistan a personajes que tienen una agenda de medios dedicada a sus publicaciones. No se produce contenidos sin investigar.
- ¿Cuándo lo hacemos? La producción de Todos somos Quito tiene una vigencia de una temporada de 25 capítulos o emisiones diarias. La emisión se dará siempre y cuando se cuente con la preproducción finiquitada y la cartera de entrevistados prevista y confirmada previamente.



### 3.2.3 Revista radial Todos somos Quito

A continuación se establecen los parámetros que definen el producto planteado:

El producto comunicativo se diseñará y producirá para transmitirse en una emisora de Frecuencia Modulada (FM) en Quito, Ecuador. La fundamentación teórica para la realización del mismo se basa en los conceptos de la Comunicación para el desarrollo. Asimismo, se motiva en la realización de productos en medios de comunicación que aportan a la búsqueda de identidades sociales.

La decisión de realizar una revista radial responde netamente a la eficacia que propone este medio de difusión masivo en cuanto a la accesibilidad de la audiencia por los bajos costos. Por otro lado, el formato radial implica un gasto menor en cuanto a la producción en comparación con el medio televisivo e impreso. Según datos del Superintendencia de comunicaciones (Suptel) existen 44 concesiones para Radiodifusión que retransmiten su señal en frecuencia y amplitud modulada en el perímetro urbano.<sup>54</sup>

El documento “La Radio popular y la era digital”, elaborado por la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica<sup>55</sup> indica que el 83% de los ecuatorianos situados en el territorio continental tienen acceso a un Radiotransmisor.

La realización de productos Radiofónicos de Comunicación para el desarrollo marcó algunos procesos sociales emblemáticos en América Latina<sup>56</sup>. Así, se destaca el papel realizado por la Radio dentro de los procesos políticos de la década de los años 70's.

---

<sup>54</sup> [http://www.conatel.gob.ec/site\\_conatel/index.php?option=com\\_content&view=article&id=313](http://www.conatel.gob.ec/site_conatel/index.php?option=com_content&view=article&id=313) visita realizada en septiembre de 2011.

<sup>55</sup> <http://www.aler.org/portal/index.php/documentos/category/20>

<sup>56</sup> Alfaro Moreno, Rosa María (1993). Una comunicación para otro desarrollo. Lima, Perú, Asociación de Comunicadores Sociales “Calandria”. 131 p.

### 3.2.4 Los detalles del producto comunicativo

<b>Formato:</b>	Radio Revista.
<b>Nombre:</b>	Todos somos Quito
<b>Idea original:</b>	Xavier Montero y Estefanía Páez.
<b>Conductores:</b>	Estefanía Páez y Xavier Montero.
<b>Periodicidad:</b>	Programa matutino transmitido de lunes a viernes.
<b>Duración:</b>	60 minutos divididos en: 48 minutos de programación y 12 minutos de cortes comerciales (tres comerciales en cada programa cada uno con una duración de 4 minutos).
<b>Hora de programación:</b>	9H00 a 10h00
<b>Fecha:</b>	Tres emisiones de programa diario
<b>Número bloques:</b>	Cuatro bloques
<b>Número de segmentos:</b>	Siete segmentos.

### 3.2.5 Los destinatarios

La audiencia objetiva de la revista radial ‘Todos somos Quito’ se define en:

<b>Personas:</b>	20 a 45 años
<b>Género prioritario:</b>	femenino
<b>Nivel socioeconómico:</b>	medio bajo, medio y bajo.
<b>Instrucción académica:</b>	Educación básica concluida.

Otro público objetivo que podría consumir este producto son las autoridades gubernamentales que monitorean constantemente los programas que puedan llegar a formar un espacio de opinión entre los ciudadanos.<sup>57</sup>

Amas de casa, autoridades barriales, líderes sociales son parte del grupo objetivo de este producto radial, ya que son destinatarios que están identificando constantemente los problemas que se suscitan en los diferentes barrios del Distrito Metropolitano de Quito, ciudadanos que buscan dar a conocer a las autoridades la realidad y desean respuestas y soluciones. Una audiencia que tendrá una constante participación en el programa radial, y pondrá en conocimiento a los quiteños las noticias positivas de sus localidades.

### **3.2.6 La cobertura**

El marco de acción y difusión de información de la Revista Radial ‘Todos somos Quito’, será el Cantón Quito. Así se transmitirá a las 32 urbanas y 17 rurales que son parte del Distrito Metropolitano como lo indica el Instituto Nacional de Estadística y Censos.

La producción del producto comunicativo, tendrá en cuenta la cobertura de los barrios de acuerdo a lo que avance la emisión de los programas ya que cada uno tiene su historia, personajes destacados y algo que contar.

Es importante para los productores identificar en cada lugar las condiciones físicas del territorio y sociológicas donde se realizará la cobertura de esta manera se podrá recopilar información de interés y provocar la participación de los oyentes.

---

<sup>57</sup>Para esta aseveración se consultó vía telefónica a Laura Helena Calvache, Gerenta de Recursos Humanos de Global Crossing. Calvache fue considerada dentro de la publicación “2010, los desafíos en el manejo del capital humano” publicado por Deloitte Ecuador. Octubre de 2011

**“Todos somos Quito” “**



76

### 3.2.7 Los objetivos

#### Objetivo General

La Revista radial de comunicación ciudadana ‘Todos somos Quito’ tiene por objetivo general el APORTAR en el proceso de consolidación de la Identidad Quiteña

#### Objetivos Específicos

- **CONTRIBUIR** con el desarrollo de la sociedad quiteña dando a conocer las historias y realidad de los barrios de Quito, generando posibles soluciones a los problemas que se suscitan en los mismos y que son desconocidas por las autoridades.
- **FOMENTAR** un pensamiento crítico en las audiencias promoviendo un ejercicio concreto de comunicación participativa.
- **INFORMAR** con veracidad los contenidos del programa enfocándose en la retroalimentación de lo expuesto al público y a la coyuntura social.
- **INTERMEDIAR** los aspectos de inseguridad de los moradores de Quito, sin caer en el amarillismo de la prensa tradicional ecuatoriana cuyo precepto de rendimiento de audiencia se basa en el morbo.
- **ENTRETENER** mediante nuestra programación, con temas de interés audiencias para buscar su fidelidad al producto<sup>58</sup>.

---

<sup>58</sup> Se numera este aspecto pues la intención del producto es proponer una opción comunicativa flexible. Por tal motivo se escogió el formato de revista.

### **3.2.8 El tema**

El tema Central de cada una de las transmisiones corresponderá a un Barrio de Quito, todas las noticias que se transmitirán durante los 60 minutos de programación serán referentes al lugar visitado, donde se realiza la cobertura.

El procedimiento de selección que realiza la producción para la cobertura del barrio es:

- Identificar la coyuntura social, es decir los temas de mayor interés en el momento.
- Analizar los resultados de monitoreo de las redes sociales, ya que mediante este medio nuestra audiencia propone la visita a cada uno de sus barrios poniendo en conocimiento de la producción las posibles coberturas, historias de los barrios, personajes destacados, problemas del barrio, noticias y agenda etc.
- Considerar los temas que tendrán mayor acogida de acuerdo a los intereses de nuestras audiencias.
- Una vez identificado el Barrio que será el tema central de nuestra transmisión, se realizará una visita al lugar para identificar, las condiciones físicas y sociológicas del lugar.
- Investigar sobre los temas propuestos para realizar la cobertura y la factibilidad de realizar dicha cobertura.

Con estos elementos se realiza una reunión con el equipo de producción para analizar si la información investigada y la posibilidad de realizar la visita a este barrio.

### **3.2.9 Los subtemas**

Como el producto radial dura una hora, se puede tocar varios temas, sin desviar el tema central, es por eso que a continuación se muestra como está diseñada la estructura del producto comunicativo.

- El guión estructural o escaleta del programa es el siguiente:

HORARIO	SEGMENTO	DESCRIPCION	CONDUCTORES
09:00 - 09:05	Bienvenida	Saludo y bienvenida al programa	Xavier M. Estefanía P.
09:06 - 09:10	El cronista de tu barrio	Reportaje pregrabado	Xavier M. Estefanía P.
09:11 – 09:15	CORTE UNO		
09:16 – 09:20	Espacio musical	Espacio musical tradicional	Xavier M. Estefanía P.
09:21 – 09:25	Los problemas de tu barrio	Reportaje pregrabado	Xavier M. Estefanía P.
09:26- 09:35	El invitado responde	Entrevista	Xavier M. Estefanía P.
09:36 – 9:40	CORTE DOS		
09:41 – 09:45	Las comunicaciones con los vecinos	Llamadas telefónicas: Lectura de mensajes de redes sociales	Xavier M. Estefanía P.
09:46 – 09:50	Vecino destacado	Reportaje pregrabado	Xavier M. Estefanía P.
09:51 – 09:55	CORTE TRES		
09:56 – 09:58	Noticias del barrio	Lectura de agenda	Xavier M. Estefanía P.
09:59 – 10:00	Despedida – cierre	Cierre del programa	Xavier M. Estefanía P.

Los viernes se presenta el segmento ‘Al ritmo de mi barrio’ en el bloque tres.

A continuación se especifica en el detalle los segmentos del producto:

### **Cronista de tu barrio**

**Formato:** Radio reportaje

**Duración:** 4 minutos

El segmento ‘Cronista de tu barrio’ es un reportaje pre-producido con una duración de 3 a 4 minutos. El objetivo es narrar los principales acontecimientos que marcaron la historia del barrio que se presenta. Sus protagonistas no son necesariamente historiadores. Por tal motivo, en la preproducción se complementan los datos que no se mencionaron en la entrevista al personaje del barrio que nos narra la historia del mismo.

### **Los problemas del barrio**

**Formato:** Radio Reportaje

**Duración:** 4 minutos

En las visitas a los barrios seleccionados para cada emisión se recogen los testimonios puntuales referentes a los temas que aquejan a los moradores de los Barrios visitados. Con la una entrevista testimonial de los moradores se realizara un reportaje radial, con una duración promedio de cuatro minutos.

El objetivo de este segmento es intermediar entre las autoridades gubernamentales responsables y la ciudadanía, buscando posibles soluciones a los problemas expuestos por parte de nuestra/o entrevistado.

Por ejemplo, una ruptura en una tubería central de agua puede tardar varias semanas en repararse puesto que las prioridades de la administración pública están dirigidas a la solución de los problemas macro del Distrito Metropolitano. Es allí donde se puede actuar.



En el caso de los temas de inseguridad ciudadana lo importante es recopilar testimonios de las personas afectadas para poner en conocimiento de las autoridades y que tomen las medidas correspondientes para solucionar las molestias de la ciudadanía. El objetivo del segmento es crear procesos de interacción dentro de los ciudadanos para que sean transmitidos por 'Todos somos Quito'.

Para ampliar este aspecto se toma como referencia en interacción ciudadana a la propuesta del periodista comunitario Mario “El Vecino” Guayasamín<sup>59</sup> que considera:

Las marchas por la seguridad ciudadana son una denuncia sobre la inseguridad en Quito, en estas no se muestran a los delincuentes sino la unión de los moradores en contra de los abusos de los rateros. Por otro lado, se une al barrio que muchas de las veces ni siquiera se conocen entre ellos y a nivel de medio de comunicación nos beneficia cuando los ciudadanos sienten que nos preocupamos por sus problemas.

**El invitado responde:**

**Formato:** Entrevista informativa

**Duración:** 15 minutos

Se trata de un espacio de entrevistas en vivo dentro de cada emisión del programa. El espacio para la entrevista dura 15 minutos.

Luego del segmento “Los problemas del barrio” se busca la presencia de una autoridad o especialista en el tema expuesto anteriormente.

El objetivo es que mediante este espacio el invitado proporcione una solución viable a los problemas expuestos anteriormente.

Al mantener un programa diario se procura mantener una agenda de invitados inmersa en la coyuntura para no ser ajenos a los eventos sociales que sean significativos. Por

---

<sup>59</sup> Entrevista realizada al periodista comunitario Mario “El Vecino” Mario Guayasamín – Periodista Ecuavisa, en diciembre del 2010. Guayasamín trabaja desde hace 9 años en periodismo comunitario y es reconocido por su labor con los barrios del sur de Quito.

ejemplo, si se suscita un deslizamiento de tierra que afecta a un barrio de Quito, se realiza una entrevista con la autoridad pertinente.

### **Las comunicaciones con los vecinos**

**Formato:** Diálogo didáctico

**Duración:** 4 minutos

Las comunicaciones con los vecinos son los mensajes que se recogen en las redes sociales Facebook y Twitter, los mismos que proporcionan un nivel de cercanía con la audiencia juvenil del programa.

Las cuentas de las redes sociales producen un mínimo de tres mensajes diarios, así se incrementarán los usuarios que sigan estos perfiles.

Facebook: TodosSomosQuito

Twitter: @todossomosquito

Además se realizarán llamadas en vivo, donde se podrá interactuar con LOS oyentes.

### **Vecino o vecina destacada:**

**Formato:** Radio reportaje

**Duración:** 4 minutos

En la visita a cada barrio se elabora el perfil de un vecino con cierto grado de reconocimiento entre sus vecinos. El reportaje pre-grabado dura 4 minutos con musicalización y efectos. El vecino destacado y vecina destacada es un reconocimiento a quienes ayudan a promover el bienestar y la imagen positiva de cada barrio. Tal es el caso de una panadera o un panadero; del jugador de ecuavoley; el taxista más antiguo del barrio; la vendedora de comida típica; entre otros.

### **Las noticias del barrio:**

**Formato:**Noticia (Notas informativas)

**Duración:**4 minutos

Dentro de cada barrio se realizan eventos sociales. Lo que nos hacen conocer por medio de nuestras redes sociales, se dará lectura de estos eventos al aire. En el caso que no exista una agenda de los barrios se da lectura a los cronogramas culturales dispuestos en los portales web municipales.

Esto implica dar seguimiento a las actividades que realizan los barrios y por consecuencia se crean lazos para el intercambio de primicias con los barrios.

### **Al ritmo de tu barrio:**

**Formato:** Radio reportaje y Entrevista

**Duración:** 15 minutos

Este segmento se realiza los días viernes. En cada barrio se encuentran diferentes grupos musicales, cantantes solistas y todo tipo de artistas que representan al sector. Se realizará un reportaje radial con una duración de 3 minutos, en el que se dará a conocer la biografía del grupo o artista invitado.

Durante 12 minutos se entrevista al grupo musical o artista invitado, se abrirá un espacio para escuchar una de sus interpretaciones musicales,

Este espacio proporciona a los oyentes entretenimiento. Al ser una propuesta radial que compite en audiencia contra la televisión, la aplicación de la mayoría de los recursos disponibles para fidelizar estas audiencias son válidas.

Un caso que se toma como ejemplo es el caso de la revista humorística “Radiación Temprana”, transmitida por Radio Canela en los 106.5 FM en Quito. Su director

creativo y gerente general, Jorge Yunda<sup>60</sup> expresa: “Los viernes nos dedicamos a la música en vivo, para entretener a los Radio escuchas. Esto ayuda a promocionar a los músicos nacionales y a romper la rutina de quienes dirigimos el espacio”.

### **3.2.10 El formato**

La radio revista se caracteriza por ser una mezcla de varios formatos, es conocido también con el nombre de “magazine” una de las características que se pueden destacar es que es muy familiar y entretiene con los temas que transmite, la radio revista no puede ser predecible, debe tener una estructura tan reconocible como sorpresiva.

La radio revista es un formato difícil de definir porque es muy variante. Sin embargo se identifican algunas de las características.

**Tiempo de transmisión:** La duración más frecuente es de 30 minutos a una hora.

**La periodicidad:** Por lo general se realizan transmisiones diarias o semanales.

**El tema:** Una radio revista debe tener un tema en el que gira todo el programa, ya que esto le proporciona unidad. Si la revista como en el caso del producto dura una hora se pueden tratar varios temas, pero que estén relacionados con el tema central.

**Conductor (es):** Los conductores de la revista radial deben tener carisma, una interacción con la audiencia, deben llegar a quien lo escucha, cuando son dos o más los conductores debe existir un dialogo permanente entre ellos y proyectar hacia sus oyentes, el tipo de locución depende del tipo de programa que se transmita.

### **3.2.11 Su periodicidad**

La revista radial será transmitida de lunes a viernes, un espacio diario que inicia de 9h00 a 10h00, se contempla una producción de 60 minutos, los cuales están distribuidos en: 48 minutos de programación y 12 minutos de cortes comerciales (tres comerciales en cada programa, cada uno con una duración de 4 minutos).

---

<sup>60</sup> Entrevista realizada a Jorge Yunda “Loro Homero” en noviembre del 2010 para conocer sobre los principales programas con audiencia en Quito. Canela Radio factura un promedio de USD 80 000 mensuales en publicidad.

En el quinto capítulo se definen los cinco programas que determinan la semana piloto y los tres que han sido producidos.

### 3.2.12 Los recursos y materiales

Recursos Técnicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estudio de grabación</li> <li>• Consola de sonido</li> <li>• Micrófonos</li> <li>• Radio grabadora</li> <li>• Computador</li> <li>• Scanner</li> <li>• Cámara fotográfica</li> <li>• Línea telefónica</li> <li>• Internet</li> </ul>
Recursos Humanos (Talentos)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizador: Se ocupa de la totalidad del programa. De que el ritmo, el sonido, los ambientes sean los adecuados. De que todo funcione; y en su momento justo. Montadores musicales. Ambientan musicalmente el programa. Pueden ser ellos mismos quienes disparen los platos, los compactos, etc.</li> <li>• Productores: Buscan y sugieren temas para el programa. Establecen contacto con los invitados. Coordinan los diversos elementos.</li> <li>• Guionistas: que escriben el guión o sus secciones.</li> <li>• Reportero/a: se encargan de la investigación informativa, encuestas,</li> </ul>

	<p>entrevistas, reportajes, etc.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentadores: Se responsabilizan de la presentación y conducción del programa, sobre textos escritos o improvisando cuando el momento o el programa lo exige.</li> <li>• Locutores: Leen los textos de locución.</li> <li>• Personal que conformara el equipo de producción, formado por:</li> <li>• Sonidista: se ocupan de que cada elemento se integre en el programa armónicamente y en el orden, con la duración, calidades y planos de presencia requeridos.</li> </ul>
Materiales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CDS</li> <li>• Disco extraíble</li> <li>• Escritorio</li> <li>• Esferográficos</li> <li>• Teléfono</li> <li>• Agendas</li> <li>• Cuadernos</li> <li>• Hojas de papel Bond</li> <li>• impresiones</li> <li>• Carpetas</li> <li>• Archivador</li> <li>• Sillas</li> <li>• Grapadora</li> <li>• Perforadora</li> <li>• Clips</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Baterías</li> <li>• Cafetera</li> <li>• Tazas</li> <li>• Cucharas</li> <li>• Vasos</li> <li>• Servilletas</li> </ul>
--	---

### 3.2.13 Los costos y el financiamiento de Todos somos Quito

- El principio de financiamiento de Todos somos Quito es la auto sustentabilidad.
- Inversión base de USD 7 000.
- Posibles fuentes de financiamientos: Préstamo bancario, Conquito, Fondos concursables del Ministerio de Cultura, Fondos concursables de la Secretaría de Cultura del Distrito Metropolitano de Quito.
- Los costos previstos para los recursos técnicos bordean los USD 4 000.
- Los costos previstos para los recursos humanos bordean los USD 2 000 (tres salarios básicos para dos realizadores en un periodo de tres meses).
- Los costos previstos para la preproducción de Todos somos Quito está previsto en los USD 1 000. La etapa de investigación prevé al menos dos visitas previas de los realizadores a cada barrio a presentar. La indagación en búsqueda de los personajes entrevistados demanda una cartera de contactos a edificar.
- Cada segmento está pensado en el aporte económico de diferentes carteras o entidades públicas. De ellas se obtiene los fondos para la etapa de producción de los capítulos.
  - Cronista de tu barrio: un potencial ente publicitario es la Secretaría de Cultura del Distrito Metropolitano de Quito.
  - Los problemas de tu barrio: un potencial ente publicitario es el Ministerio del Interior.
  - El vecino destacado: un potencial ente publicitario es la Alcaldía de Quito.
  - Las comunicaciones con los vecinos: un potencial ente publicitario es la Corporación Nacional de Telecomunicaciones.

- Cada programa de Todos somos Quito tiene un costo de USD 320. El costo de cuña publicitaria oscila los USD 45 por cuñas de 30 segundos.

#### **CAPÍTULO 4: ALGUNAS HISTORIAS MÁS SOBRE QUITO...**

Una investigación, un documento, un escrito, un trabajo previo a la obtención de un grado es también una puerta abierta para los futuros investigadores académicos. Así como se ha encontrado luces que motivaron la realización de esta tesis, el anhelo es que los futuros consultantes encuentren el material necesario para realizar sus estudios y, sin pensar de manera altruista, continúen con la obra.

La ausencia de memoria escrita sobre los albores de esta ciudad podría incurrir en la ausencia del sentido de pertenencia entre los moradores de la capital. Es común encontrar en la calle los testimonios de personas que no consideran a Alangasí parte del cantón Quito o de quienes desconocen las leyendas del Castillo de San Juan ubicado en la cima de la calle Cotopaxi. Este capítulo quiere proporcionar una premisa de lo que se trata la revista radial, siendo incluso un referente para algunos programas.

En el tercer piso del Centro Cultural Metropolitano, ubicado en la calle García Moreno, en el centro de Quito, una puerta de vidrio en el patio sur tiene la inscripción “Historias de Quito”. Esta aula alberga una colección de más de 3 000 textos relacionados con parte de la identidad quiteña. Desde algunos textos firmados en el siglo XVIII hasta las colecciones editadas por las Secretarías de Cultura de los gobiernos de Paco Moncayo y Augusto Barrera.

Aunque parezca un número alentador, más de 2 000 textos se refieren únicamente a las historias de los primeros moradores de Quito, desde la vida republicana de Ecuador. Las historias de los barrios conformados desde inicios del siglo XX son casi inexistentes, incluso tomando en cuenta que decenas de barrios, con más de 40 años de existencia en la ciudad, lograron su inscripción en el catastro, legalizando su existencia, en el 2011.

Es importante destacar que la población quiteña constituye una mezcla de culturas debido por ser la capital del país se ha convertido en un lugar de concentración de ciudadanos de otras provincias que viven en la provincias del Ecuador.



Por otra parte es importante acotar que trabajar en la identidad quiteña es más complejo, por lo que se mencionó anteriormente, son pocos quienes nacieron en la capital, el sur de nuestra ciudad el centro y el norte tienen diferentes costumbres y es importante mediante los medios de comunicación ciudadana aportar con información sobre aquello.

Actualmente existen varios barrios del Distrito Metropolitano de Quito que no están legalmente constituidos y reconocidos, en un comunicado de prensa publicado por el Municipio de Quito se informó que: “Los principales problemas encontrados se refieren a escrituración global, escrituras individuales, posesión efectiva de los predios, derechos y acciones, litigios de los comités Pro mejoras, planos desactualizados de los barrios, asentamientos de lotizaciones en zonas de riesgo y áreas de protección ecológica, escasos recursos para la elaboración de planos, falta de trazados viales y áreas verdes”. Con estos antecedentes el Municipio creó la oficina para el proceso de legalización. La dependencia se llama Regula tu barrio y está anexada a la Secretaría de Territorio. Según el registro del Municipio hay 480 barrios ilegales. En el norte 178, especialmente en Calderón; 154 barrios en el sur; 110 en los valles y 20 en el centro. La legalización se realiza mediante Ordenanza municipal. Esto se lo hace mediante un informe detallado y previa inspección. Tras la aprobación de un barrio como legal, los dirigentes pueden iniciar el trámite de obras urgentes. Se lo hace con las administraciones zonales.

#### **4.1 ¿Por qué es necesario contar las historias de los barrios de Quito?**

El conocer la historia de los barrios de Quito además de permitirnos conocer el contexto histórico, nos permitirá ser parte de las diversas culturas e historia, es necesario saber sobre el pasado y el presente para de esta manera analizar los cambios que con el tiempo se han desarrollado. Ser parte de las historias, que plasmas vivencias, costumbres y experiencias de los diferentes barrios de Quito, Todos somos Quito permitirá rescatar las cosas positivas y también identificar el progreso o el no progreso de ciertos sectores, para buscar posibles soluciones a los problemas que aquejan a la ciudadanía, así como también tomar como referencia proyectos y planes ejecutados para que sean implementados en otros sectores.

Fernando Carrión<sup>61</sup>, historiador y ex concejal del Distrito Metropolitano de Quito considera que la memoria histórica de los pueblos es la carta de navegación de una sociedad. La capacidad de recordación de los hitos que forjaron las calles, parques y plazas, el nombre de la panadera más antigua y hasta el borrachito más conocido de la cuadra... Los personajes que se hacen cotidianos para los sujetos, son los mismos que permiten a los moradores de un sector determinar a quienes no aportan al buen vivir.

## **Ejemplos de micro historias de algunos barrios de Quito**

### **4.1.1 BarrioLa Kennedy.**

A mediados de 1970<sup>62</sup> se inició la readecuación de las instalaciones del Aeropuerto Mariscal Sucre de Quito, tras la ambición del gobierno dictatorial de Guillermo Rodríguez Lara que, sumado a los primeros ingresos petroleros, idealizó la creación de un terminal aéreo internacional. Las instalaciones militares de la Fuerza Aérea Ecuatoriana se ubicaron en el ala norte del terreno que correspondía al Mariscal Sucre. El motivo: la aeronáutica es una herramienta pensada y diseñada desde los creativos de lo bélico más que desde lo comercial. Por aquellos años, según cuenta Héctor Poveda<sup>63</sup>, descendiente del militar Alfredo Poveda quien dirigió el triunvirato de 1976; Al país llegaron grupos de aviadores estadounidenses que aportarían con el desarrollo de las telecomunicaciones del área. El morador del sector, quien recuerda haber adquirido una extensión de terreno en la calle Los Pinos, en el norte de Quito, explica que varios de estos militares norteamericanos se casaron con pobladoras de sectores aledaños.

En la alcaldía de Sixto Durán Ballén (1970 - 1978) la visión urbanística apuntaba a consolidar una metrópoli antes que establecer una ciudad con identidad propia. “Don Sixto habría accedido a la propuesta de algunos moradores en nombrar a dos barrios aledaños tanto al occidente como al oriente del aeropuerto con nombres alusivos a los EE.UU.”, explica Poveda. El que estaba ubicado al lado oriente de la Terminal se llamó

---

<sup>61</sup> Entrevista realizada a Fernando Carrión en septiembre del 2011.

<sup>62</sup> LÓPEZ, Gabriela. *Cotacollao, memoria histórica y cultural*. Ed. Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. 2006. Pág. 40.

<sup>63</sup> Entrevista realizada a Héctor Poveda, morador del sector de La Kennedy en octubre del 2011.

Kennedy, como tributo al décimo onomástico del fallecimiento del presidente norteamericano John F. Kennedy. El otro sector se llamó Florida. En el libro Barrio Kennedy<sup>64</sup> editado por la historiadora y socióloga Gabriela López, y que reposa en la biblioteca particular de la Administración Zonal La Delicia, en el norte de Quito, señala en su página 52 que varios ciudadanos familiares y conocidos de miembros activos de la FAE fueron beneficiarios de los terrenos sobre los cuales se construyó esta ciudadela.

#### **4.1.2 Parroquiade Cotocollao.**

Ubicado en el norte de Quito rodeado por la parroquia de El Condado a su norte, La Concepción en el sur, Ponceano al este y Cochapamba en el oeste. Se ubica como el tercer sector más poblado de Quito según el Instituto Ecuatoriano de Estadística y Censos (INEC) con más de 150 000 habitantes registrados en el Censo de Población y Vivienda del 2011. Esta parroquia es uno de los centros habitados más antiguos dela capital y que hasta mediados de 1950 se mantenía como una urbe satélite. Sin embargo, el crecimiento demográfico permitió la construcción de zonas residenciales en lo que actualmente es la Av. De la Prensa conectando la ciudad y convirtiéndola en un centro de comercio reconocida entre los ciudadanos como “El barrio Chino de Quito”.

De las edificaciones coloniales que destacan como legados invaluable en Cotocollao se pueden mencionar a la Casa Colonial “La Delicia”, que perteneció a Mariana Carcelén IV Marquesa de Solanda y Villarrocha. La escuela Alberto Mena Del Hierro, la Iglesia parroquial que data del siglo XIX y la mansión Loma Hermosa.

La herencia cultural de Cotocollao tiene como particularidad las muestras que aún se mantienen sobre la cultura Cotocollao, un grupo étnico que se mantuvo vigente desde el siglo XIV y en tiempos del establecimiento de la colonia española y criolla en la zona urbana de Quito. En este barrio se asentaban las casas de ‘descanso’ de las familias adineradas del Quito Colonial por su distancia al centro poblado.

---

<sup>64</sup> LÓPEZ, Gabriela. *Cotocollao, memoria histórica y cultural*. Ed. Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. 2006. Pág. 40.

### 4.1.3 Barrio Rosa Pérez Pallares.

Ubicado en el sur de la urbe y aledaño a la estación de Chimbacalle. Su perímetro se encuentra limitado al norte por la calle Tungurahua, el sur y el oeste están flanqueados por la Av. Pedro Vicente Maldonado, y el este por la Av. Napo.

A diferencia del barrio Chimbacalle, en este sector se ubicaron algunas de las primeras fábricas con que contó la ciudad. El crecimiento económico se apuntalaba por los albores de la revolución industrial en el país y por la facilidad en el manejo de las materias primas que llegaban desde Guayaquil para la industria textil.

Esther Chiriboga<sup>65</sup>, segunda generación de los moradores del sector, comenta que su padre Efraín se desempeñaba como prensista de la novel industria textil La Internacional que se apostó en la calle Tungurahua. A mediados de la década de 1950, recuerda Chiriboga, la fábrica pasó de ser un negocio mediano a una empresa y se ubicó en el sector de El Recreo, más en el sur. “Pero el nombre del barrio se lo debe a dos instituciones educativas que se ubicaron en el sector”, explica la moradora.

Luis Goenaga, carpintero y tercera generación de los moradores del sitio<sup>66</sup>, comenta que su abuelo inició como operario de segunda clase de Ferrocarriles. “A los operarios de tercera y cuarta clase les dieron la facilidad de comprar terrenos en el sector de La Ferroviaria”, explica Goenaga.

Rosa Pérez Pallares, una dama acomodada del Quito del siglo XX, donó los terrenos que se ubican entre la Av. Pedro Vicente Maldonado y Villonaco para que se destinen a la creación de una escuela de niñas que aún mantiene su nombre. La influencia política de la Dama, habría creado en los moradores un sentimiento de gratitud por el acto ya que en la década de 1940 el sur de la ciudad carecía de entidades educativas de carácter de internado en el que estudien niñas.

---

<sup>65</sup>Entrevista a Esther Chiriboga realizada el 21 de noviembre del 2011.

<sup>66</sup>Entrevista a Luis Goenaga realizada el 21 de noviembre del 2011. El taller Muebles Tungurahua está situado en la Tungurahua 148.

#### **4.1.4 Barrio Músculos y Rieles.**

El barrio Músculos y Rieles está ubicado en el suroriente de Quito. Existe una vía de acceso a este centro poblado por la Av. Leónidas Dubles hacia Caupicho. El barrio está limitado al norte por la calle E del barrio El Conde III. El flanco sur por el monte de Bellavista del Sur, el del este es la calle Pucará y al oeste por la Av. Simón Bolívar.

Con más de 8 000 habitantes, el barrio alcanzó su legalización dentro del Distrito Metropolitano de Quito en el 2011. Cerca de 180 barrios han sido legalizados desde el 2007 aunque, por ejemplo, el barrio Músculos y Rieles cuentan con pobladores que invadieron estos terrenos a inicios de 1980.

Isaura V., oriunda de Aloasí, en el cantón Mejía, es una de las primeras moradoras que dicen haber adquirido un terreno en este sector y cuenta que por aquellos años la prioridad de los migrantes de la sierra centro era buscar mejores plazas de trabajo en la capital. El ‘boom’ petrolero no mejoró la situación de todas las provincias y es por eso que el fenómeno se promulgó en aquellos años.

“Pagamos por estos terrenos sin conocer que se trataba de tráfico de tierras. Luego nos dijeron que pasada la década de habitar estas tierras, legalmente nos pertenecerían”, dice Isaura V. y agrega que a pesar de lo que pueda creerse, los costos de habitabilidad fueron elevados pues los servicios básicos fueron creados con mingas.

#### **4.1.5 Barrio Loma Grande**

Está ubicado entre dos profundas hendiduras, las quebradas de Santa Rosa, llamada actualmente (Av. Pichincha) y Manosalvas (calle Sucre). Es una de los barrios más representativos del Centro Histórico con la Plaza de Santo Domingo como uno de sus íconos representativos. Su nombre se debe a la calle Rocafuerte.

En el siglo XVII se lo denominaba a este sector como “calle larga la loma” por la extensión de la Rocafuerte. En este barrio se conservan casas muy antiguas como “la casa de la Virgen”, la fábrica de la tabacalera La Victoria, entre otras. Los testimonios

de los moradores se recogen en el texto *Memorias de mi Loma Grande*<sup>67</sup> escrito por sociólogo Manuel Espinoza en el 2003.

La iglesia de Santo Domingo es el icono arquitectónico histórico más importante, las primeras construcciones que se inician en 1541, fueron devastadas por el terremoto de 1587 y es en el año 1610 que culmina la construcción de la Iglesia. En 1656 se inicia la construcción del colegio San Fernando destinado a estudiantes y teólogos y en el año 1688 funcionaba la escuela La Caridad para que estudien niños pobres.

La Capilla de los Milagros, hoy con su imagen y estética recuperadas, está ubicada en la calle Fernández Madrid. Su construcción data de 1680.

Algunas de las edificaciones públicas en el Barrio La Loma Grande son: El colegio Fernández Madrid está ubicado en la calle Rocafuerte. En 1926 fue vivienda de Don Francisco Fernández Madrid y Bello. El nuevo edificio fue construido por Pedro Aulestia en el año de 1931.

En la obra a la que hizo referencia en párrafos anteriores se receptan memorias como: El Señor de los Milagros, El Tesoro de La Loma Grande, la tradición del Arco de la Virgen del Rosario, El Cura Albuja, El Demonio Blanco y el Demonio Negro, La Virgen del Tomate, La Villa Encantada, El Último Suspiro, La Viuda, El Duende, entre otras.

#### **4.1.6 Barrio San Juan.**

En la loma del Huanacauri se levantaron templos de los pueblos originarios de las tierras ecuatoriales. El historiador Marco Chiriboga Villaquirá<sup>68</sup>, explica que bajo la ermita de Nuestra Señora de La Consolación existe un Aclla Huasi Incaico, es decir, un centro ceremonial. Sin embargo, el nombre del barrio se debe a la construcción del Convento de Clausura, ubicado en la calle Galápagos y Benalcázar y que se conoce como el convento de San Juan Evangelista.

---

<sup>67</sup> ESPINOZA, Manuel. *Las memorias de mi Loma Grande*. Ed. Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. 2003. Pág. 90.

<sup>68</sup> Entrevista realizada a Marco Chiriboga Villaquirá en enero del 2012.

Los primeros residentes se asentaron en el siglo XVIII, en alrededor de 34 hectáreas que comprenden el barrio San Juan caracterizado por sus empinadas calles, escalinatas y edificaciones de adobe llamadas casonas por albergar departamentos multifamiliares que acogieron a la clase media de los años 1950's.

La tenacidad y solidaridad de sus moradores posiciona a San Juan como un barrio organizado, en donde no solo se disfruta la deliciosa gastronomía, sino que sus jóvenes y niños practican una gran cantidad de deportes en el estadio. Ejemplo de aquello es la Liga Barrial San Juan que cuenta con más de 64 equipos de indor fútbol participantes.

#### **4.1.7 Calle Morales.**

A finales del siglo XIX, La Calle Morales o La Ronda acogía a los viajeros y los transportistas de productos agrícolas que venían del sur en las tabernas de chicha que se establecieron en la calle. En la esquina con el Mesón, en la casa de Cadena Meneses, estaba hacia la Ronda la chichería de Rosario Navarro y frente a ésta estaba la de la indígena Petrona Chasipanta. Todo esto lo recuerda Julio Cañar<sup>69</sup>, hijo del compositor del mismo nombre y quien, a sus 88 años, es un erudito de la historia de la bohemia quiteña.

Cañar explica que la generación de los poetas y bohemios de los años 30 y 40 visitaban “El Murcielagario”, la trastienda de la última casa de la segunda cuadra en la Morales y Venezuela. Tras la fachada de una tienda de mala muerte se escondía un burdel clandestino subsidiado por el Comandante Antonio Alomia.

El gran poeta ambateño Pablo Valarezo Moncayo vivió en la casa de la Negra Mala, consagrada a la tertulia literaria y bohemia de poetas y músicos como Jorge Carrera Andrade, Augusto Arias, Carlos Guerra, entre otros. En ella, Sergio Mejía compuso el pasillo Negra Mala dedicado a la dueña de la casa, doña Rosario Peñaherrera, y luego compuso el pasillo Rubia buena. Federico González Suárez vivió en la casa de su abuela durante su infancia y adolescencia. La casa quedaba en la esquina sur –oeste de la Morales y Venezuela- aunque hoy está derrocado. Al regresar de España, el monseñor,

---

<sup>69</sup> Entrevista realizada a Julio Cañar, morador del barrio Loma Grande, en septiembre del 2011.

vivió 7 años más en la casa de La Ronda. En ella escribió la gran Historia del Ecuador y llamaba a su casita “la de la quebrada”.

#### **4.1.8 Barrio Corazón de Jesús.**

En 1993 una extensión de terreno ubicado en el sector de Manuelita Sanz, perteneciente a la parroquia de Chillogallo, en el suroccidente de Quito, fue entregada en comodato para un grupo de 45 madres solteras beneficiarias de la Fundación Corazón de Jesús.

María Aguilar<sup>70</sup>, ex presidenta del barrio cuenta que los directivos de la Fundación decidieron entregar esta extensión de dos hectáreas para que se edificaran casas prefabricadas de 60 m<sup>2</sup> cada una.

“Este barrio se caracteriza porque solo somos mujeres luchadoras las que habitamos aquí”, dice Aguilar y se refiere a que un inciso del contrato de tierras con que les adjudicaron los terrenos dice explícitamente que el plan habitacional está destinado a madres solteras y no permite la ruptura de aquella naturaleza. Es decir, si las habitantes dejan de ser madres solteras deben renunciar a su calidad de adjudicatarias del terreno.

#### **4.1.9 Barrio El Tingo.**

El Tingo pertenece a la parroquia de Alangasí y está ubicada al suroriente de Quito. Está limitada por otras parroquias como Pintag, La Merced y Conocoto. Posee una extensión de 44 Km y está situado sobre los 2 600 metros de altitud con unos 3 000 habitantes.

En épocas coloniales esta zona se erigió como un poblado indígena de importancia, pues formó parte de las primeras encomiendas y reparticiones otorgadas a los soldados que participaron en la fundación española de la ciudad.

Existen dos versiones que se relacionan al nombre del barrio. La primera relacionada con la adaptación terminológica del vocablo quichua Tingus, que se traduciría como puerta del cerro, debido a que por este sitio se tiene acceso a los senderos del Ilaló. La otra está relacionada con el cacique Tinkus, que participó en los conflictos pos conquista española junto a los incásicos Calicuchima, Pintag y Rumiñahui.

---

<sup>70</sup> Entrevista realizada a María Aguilar, ex presidenta del barrio Corazón de Jesús en octubre del 2011.



Desde hace una década existen un promedio de tres proyectos habitacionales que se desarrollan en este sitio. Principalmente con moradores que vivieron en Quito.

Una de sus curiosidades es la existencia de vestigios de milodontes, animales de la clase de los mastodontes que habitaron estas tierras hace 16 000 años. En 1928 se encontró un mastodonte en el poblado de Callihuaico.

#### **4.1.10 El Panecillo**

El Panecillo es una elevación natural de 3.000 metros sobre el nivel del mar, enclavado en el corazón mismo de Quito. Por su ubicación se ha convertido en el más importante mirador natural de la ciudad, desde el que se puede apreciar la urbehacia las cuatro latitudes, desde su Centro Histórico y hacia los extremos norte y sur.

El Panecillo está coronado por una escultura gigante de aluminio de la Virgen de Quito, creada por el español Agustín de la Herrán Matorras, el cual se basó en la obra compuesta por Bernardo de Legarda, uno de los más importantes representantes de la Escuela quiteña. Los incas lo llamaron Ñahaira que quiere decir el lunar, el grano asentado. Después, los primitivos españoles le pusieron el nombre de Cerro Gordo, en el sentido de su redondez, y los posteriores españoles le denominaron El Panecillo.

A inicios del siglo XIX, los directivos de la Real Audiencia, construyeron una fortificación en lo alto de la colina, que era la sede de la guarnición militar quiteña. La fortaleza permitía vigilar el norte y el sur, por lo que estaba provista de cañones. Al caer el fuerte en manos del Ejército libertador de la Gran Colombia, en 1822, se tomó la artillería para defender sus propósitos ideológicos.

## **CAPÍTULO 5: LA PRODUCCIÓN DE LA SEMANA PILOTO DE TODOS SOMOS QUITO**

Realizar tres capítulos es, sin duda, una muestra representativa y válida de lo que platea el producto comunicativo. La propuesta, como ya se detalló anteriormente está diseñada para su transmisión en medios públicos. Se hizo un trabajo previo para la realización de estos cinco programas completos de para que exista una mejor comprensión por parte del comité evaluador de esta propuesta de comunicación.

### **5.1 Los guiones y libretos de la semana piloto en Todos Somos Quito**

La imagen distintiva del producto se detalla a continuación. Desde estas cuñas, ganchos, colillas y patas se observa la prioridad de un lenguaje cotidiano y encaminado a la comprensión de los radioescuchas.

#### **IMAGEN DISTINTIVA DE TODOS SOMOS QUITO**

##### **PISTAS, ATMÓSFERAS Y EFECTOS DE SONORIZACIÓN.**

Para el desarrollo de la imagen distintiva de ‘Todos somos Quito’ se ha hecho una selección de pistas, atmósferas y efectos de sonorización que permitirán al producto destacar en cuanto a su calidad. La premisa es ocupar creaciones de compositores y cantautores ecuatorianos. Sin embargo, es necesario escribir que se usarán cortinas musicales con licencias abiertas obtenidas del sitio [www.radioteca.net](http://www.radioteca.net), una página web argentina que cuenta con el auspicio de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco, en inglés) y de [www.freeplay.com](http://www.freeplay.com)

Los efectos de sonido son realizados por los productores Xavier Montero y Estefanía Páez, a fin de no incrementar los costos para el desarrollo del producto radial.

En cuanto a las atmósferas y las musicalizaciones se utiliza temas de bandas quiteñas como Fragua, Guardarraya, Can Can... El objeto es que, de darse una producción real del programa, sean parte de la sonorización de la revista radial. Entre la selección de las pistas se destacan:

- 1) Lero lero – Guardarraya
- 2) Mi niño – Guardarraya
- 3) UIO – Can Can
- 4) El apertrechado – Fragua
- 5) El perro y la catedral – Fragua
- 6) Las manos – Fragua
- 7) La mina – Fragua
- 8) Canción del migrante – Paco Godoy
- 9) En el principio era el verbo – Margarita Laso
- 10) Mi barrio – Yahuarsónicos
- 11) Unión verdadera – Yahuarsónicos

**PISTA A:** Coming and going

**PISTA B:** Wherever you are

**PISTA C:** Pay your respects

**PISTA D:** El apertrechado

**PISTA E:** Hijo de la libertad

**PISTA F:** Second wind

**PISTA G:** End scene

**PISTA H:** Tres siglas

**PISTA I:** Rio di serenita

**Título:** Libreto 001

**Formato:** Intro Genérico

**Duración:** 30 Segundos

**Producción:** Xavier Montero – Estefanía Páez

**Control:** Sube pista A y baja a fondo

**Locutor:** Empieza la mañana y el encuentro con el barrio inicia aquí, en tu revista radial ‘Todos somos Quito’...

**Locutora:** La historia, los vecinos destacados, las noticias de la comunidad y las respuestas de los expertos, todo... en un programa hecho para la comunidad

**Locutor:** Bienvenida, bienvenido a:

**Locutores:** ‘Todos somos Quito’...

**Control:** Sube pista y baja a fondo

**Título:**                   **Libreto 002 “Cronista de tu barrio”**

**Formato:**               Intro Segmento # 1

**Duración:**           20 Segundos

**Producción:**       Xavier Montero – EstefaníaPáez

**Control sube pista B y baja a fondo**

**Locutora:**           La historia de los barrios de Quito, en la voz de quienes forman  
parte de ella...

**Locutor:**En todos somos quito presentamos...

**Locutora:**El cronista de tu barrio

**Control sube pista B y desaparece**

**Control sube pista B y baja a fondo**

**Locutor:**           La historia de los barrios de quito, en la voz de quienes forman  
parte de ella...

**Locutora:**En todos somos quito presentamos

**Locutor:**       El cronista de tu barrio

**Control sube pista b y desaparece**

**Título:**                   **Libreto 003**“Los problemas de tu barrio”

**Formato:**               Intro segmento # 2

**Duración:**             15 Segundos

**Producción:**         Xavier montero – EstefaníaPáez

**Control: secuencia de voces pregrabadas en la calle sube pista C y baja a fondo**

**Locutora:**            Tu opinión se hace presente en 'Todos somos Quito'...

**Locutor:**             A continuación... los problemas de tu barrio...

**Control sube pista C y desaparece**

**Título:**                   **Libreto 004** “El invitado responde”

**Formato:**               Intro segmento # 3

**Duración:**             15 Segundos

**Producción:**         Xavier Montero – EstefaníaPáez

**Control sube pista D y baja a fondo**

Locutor: Los expertos brindan las respuestas a las inquietudes ciudadanas...  
aquí en 'Todos somos Quito'...

Locutora: El invitado responde...

**Control sube pista D y desaparece**

**Control sube pista D y baja a fondo**

Locutora: Los expertos brindan las respuestas a las inquietudes ciudadanas...  
aquí en 'Todos somos Quito'...

Locutor: La invitada responde...

**Control sube pista d y desaparece**

**Título:** **Libreto 005** “Los vecinos en línea”

**Formato:** Introsegmento # 4

**Duración:** 18 Segundos

**Producción:** Xavier Montero – Estefanía Páez

**Control (sonidos llamadas y tonos de redes sociales) sube pista e y baja a fondo**

Locutor:                               ¿Ya nos llamaste?...

Locutora:                            ¡Aún no nos llega tu tuit sobre la calle en mal estado!...

Locutor:                            Quieres compartirnos una foto de tu Facebook o simplemente enviar un saludo a tus seres queridos...

Locutora:                           En 'Todos somos quito'...

Locutor:                            Los vecinos en línea...

**Control sube pista E y desaparece**

**Título:**                               **Libreto 006** “Vecino destacado”

**Formato:**                           Intro segmento # 5

**Duración:**                         24 Segundos

**Producción:**                      Xavier Montero – EstefaníaPáez



**Control sube pista F y baja a fondo**

Locutor: La constancia, la alegría de nuestras plazas y calles... y  
quienes representan los valores ciudadanos

Locutora: En todos somos quito... presentamos

Locutor: El vecino destacado

**Control sube pista F y desaparece**

**Control sube pista F y baja a fondo**

Locutora: La constancia, la alegría de nuestras plazas y calles... y  
quienes representan los valores ciudadanos

Locutor: En Todos somos Quito... .. presentamos

Locutora: La vecina destacada

**Control sube pista F y desaparece**

**Título:** **Libreto007** “Las noticias de tu barrio”

**Formato:** Intro segmento # 6

**Duración:** 8 Segundos

**Producción:** **Xavier Montero – Estefanía Páez**

**Control sube pista g y baja a fondo polivoces de agenda**

Locutor: Desde una reunión con la directiva hasta el hornado solidario para reunir fondos... Sus eventos también son noticia en 'Todos somos Quito'.

**Control sube pista G y desaparece**

**Título:** **Libreto 008** “Al ritmo de tu barrio”

**Formato:** Intro segmento # 7

**Duración:** 10 segundos

**Producción:** Xavier Montero – Estefanía Páez

**Control sube pista H y baja a fondo**

Locutor: La música y entretenimiento tienen espacio en 'Todos somos Quito'...

Locutora: Porque la capital se mueve... al ritmo de tu barrio...

**Control sube pista h y desaparece**

**Título:** **Libreto 009** “Despedida”

**Formato:** Genérico despedida

**Duración:** 23 Segundos

**Producción:** Xavier Montero – Estefanía Páez

**Control sube pista A y baja a fondo**

Locutora: La historia, los vecinos destacados, las noticias de la comunidad y las respuestas de los expertos, todo... En un programa hecho para la comunidad.

Locutor: Aquí terminan los 60 minutos de...

Locutores: ‘Todos somos Quito’...

Locutora: Dirección y producción: Xavier Montero y Estefanía Páez.

Locutores: Hasta la próxima

**Control sube pista a Y desaparece**

**Título:** **Libreto 010** corte comercial todos somos Quito

**Formato:** Genérico corte comercial

**Duración:** 7 Segundos

**Producción:** Xavier Montero – Estefanía Páez

**Control sube pista i se mantiene de fondo**

Locutor: Enseguida volvemos con todos somos Quito la revista  
radial de la comunidad

**Control sube pista I y desaparece**

**Título:** **Libreto 011** Todos somos Quito

**Formato:** Genérico

**Duración:** 2 Segundos

**Producción:** Xavier Montero – Estefanía Páez

**Control sube pista I se mantiene de fondo**

Locutor: Todos somos Quito

**Control sube pista i y desaparece**

## Para el lunes

A continuación se escriben los guiones tipo escaleta y los libretos de grabación para la emisión del lunes de nuestra semana piloto que inicia a las 09:00 y que cuenta con una duración al aire de 60 minutos.

### Programa 01 barrio loma grande - escaleta

Horario	Segmento	Descripción	Conductores
09:00-09:05	Bienvenida	Saludo y bienvenida al programa	Xavier M. Estefanía P.
09:06-09:10	El cronista de tu barrio	Reportaje pregrabado sobre el barrio	Xavier M. Estefanía P.
09:11-09:15	Corte 1		
09:16-09:20	Espacio musical tradicional	Espacio musical con música tradicional	Xavier M. Estefanía P.
09:21-09:25	Los problemas de tu barrio	Entrevista indagatoria de los moradores sobre la inseguridad del barrio	Xavier M. Estefanía P.
09:26-09:35	El invitado responde	Entrevista informativa a experto sobre la inseguridad en quito	Xavier M. Estefanía P.
09:36-09:40	Corte 2		
09:41-09:45	Las comunicaciones con los vecinos	Dialogo didáctico: Llamadas telefónicas con los oyentes, lectura de mensajes de redes sociales	Xavier M. Estefanía P.
09:46-09:50	El vecino destacado	Reportaje pregrabado sobre el vecino destacado loma grande	Xavier M. Estefanía P.
09:51-09:55	Corte 3		
09:56-09:58	Noticias del barrio -	Noticias: notas informativas sobre la agenda	Xavier M.

	agenda local	local, conciertos, eventos benéficos del barrio	Estefanía P.
09:59–10:00	Despedida – cierre	Cierre del programa	Xavier M. Estefanía P.

## **Programa 001 Barrio Loma Grande – Libreto**

**Título:** Programa 001 “Todos somos Quito” Loma Grande

**Formato:** Revista radial

**Duración:** 60 Minutos

**Investigación:** Xavier Montero – Estefanía Páez

**Producción:** Xavier Montero – Estefanía Páez

**Fecha:** 7 de mayo 2012

**Control** **Intro genérico**

### **Música de fondo entra y se mantiene durante la locución**

Locutora: Amigas y amigos, muy buenos días, les damos la bienvenida a nuestra primera emisión de Todos somos Quito, un proyecto de comunicación ciudadana que nace en la comunidad, en las historias de las calles y las casas de nuestra capital ecuatoriana.

Soy Estefanía Páez y junto a Xavier Montero les acompañaremos día a día en este espacio del que ustedes serán protagonistas... porque Todos somos Quito... ¡Xavi bienvenido!

Locutor: Estefi, muchas gracias por ese caluroso recibimiento y estamos de fiesta, ya que desde hoy les ofrecemos un espacio radial para compartir las historias de los barrios y de esos héroes anónimos

que son ejemplo de la constancia, del trabajo... de la esencia misma de lo que somos las quiteñas y quiteños...

**Control**                      **identificativo genérico**

Locutora:                      En esta mañana para dar inicio al programa inicio por contarles sobre nuestra visita al centenario barrio de la Loma grande...

Locutor:                      Y es que hablar de la Loma grande es remontarnos a las épocas coloniales, es referirnos a esa memoria que se eternizo en las calles empedradas de Quito, en esos fortines de adobe que celosamente guardan los paisajes de el mestizaje...

Locutora:                      Pero quien mejor para contarnos la historia de su barrio, que quienes fueron parte de ella... por eso el segmento “el cronista de tu barrio” recoge las memorias de cada lugar que visitamos....

**Control**                      **Intro segmento # 1 “cronista de tu barrio”**

**Reportaje pregrabado sobre la historia del barrio “Loma grande”**

Locutor:                      Esto es un ejemplo de lo que es el cronista de tu barrio... escuchamos ya a doña maruja murillo quien gentilmente nos relato la historia de la capilla del señor de los milagros... en el recorrido por la loma grande.



- Locutora: Se trata de una edificación que data del siglo XVII, y que está ubicada en el centro mismo de la Loma grande, en la calle Fernández Madrid.
- Locutor: Pero antes de hablar sobre la religiosidad y su vínculo con la memoria de Quito, queremos enviarle un afectuoso saludo al licenciado Luis Arciniegas, rector del liceo Fernández Madrid, una institución tradicional de la Loma grande que está cumpliendo 60 años en este mes...
- Locutora: Felicidades entonces a esta institución... Xavi yo recuerdo que doña Marujita nos contó un dato interesante sobre el liceo Fernández Madrid... que le parece si lo compartimos con los oyentes...
- Locutor: Por supuesto Estefy... este colegio municipal nació como un centro de capacitación para las hijas de las comerciantes de los mercados aledaños, y a pesar de que el nivel educativo con el que actualmente cuentan lo ha posicionado a nivel internacional como una de las mejores instituciones educativas de América Latina, todavía conservan los talleres de modistería corte confección y servicios generales a los que acuden madres solteras.

Locutora: Que interesante Xavi que en nuestra ciudad aun exista la iniciativa de crear estas alternativas para los sectores vulnerables. Bueno y a continuación vamos a el primer corte comercial, regresamos con mas en este tu programa 'todos somos Quito'...

**Control** **Paso a genérico corte comercial**

**Corte comercial 1**

**Identificativo genérico**

**Espacio musical**

Locutor: La inseguridad, lastimosamente, es un tema común en nuestras calles. El crecimiento de los niveles de delincuencia nos mantiene alertas ante cualquier suceso... muchas veces ni siquiera saludamos a los vecinos por el miedo que se naturalizó en Quito...

Locutora: Hablar de la inseguridad en Quito es buscar culpables... enseguida saltan los reclamos para las autoridades municipales y policiales... Sin embargo, no podemos cegarnos ante la responsabilidad que tenemos como ciudadanos de esta urbe... escuchemos entonces algunas opiniones de los moradores de la Loma grande sobre la inseguridad del sector.

**Control**                      **Intro Segmento # 2 “Los problemas de tu barrio”**

**Entrevista pregrabada de los moradores sobre la inseguridad del barrio Loma Grande.**

Locutora:                      Y para darnos una visión más amplia sobre el tema de la inseguridad en nuestra ciudad, contamos con la presencia en los estudios del sociólogo y catedrático Fernando Carrión, a quien agradecemos de antemano por sus comentarios...

**Control**                      **Identificativo genérico**

**Intro Segmento # 3 “El invitado responde”**

**Estudio**                      **Entrevista en vivo Fernando Carrión**

Locutor:                      Agradecemos nuevamente la presencia de Fernando Carrión en Todos somos Quito... Al regresar les contaremos la historia de Paúl Castañeda... Es el vecino destacado desde el barrio Loma Grande...

**Control**                      **Paso a genérico corte comercial**

**Corte comercial 2**

**Intro segmento # 4 “Los vecinos en línea”**

Locutor:                      Muchas gracias por seguir compartiendo junto a nosotros de su espacio ‘todos somos quito’... y llegamos a un segmento que le gusta mucho a Estefy...

Locutora: Así es Xavi... porque las comunicaciones de los oyentes son lo más importante para quienes hacemos todos somos quito... a través de las redes sociales puede seguirnos en Twitter como @todossomosquito, en Facebook nos puede encontrar como todos quito o a los estudios al 273 1578 o al 265 4321.

Locutores: Lectura de mensajes de Facebook y Twitter

**Control**                      **Identificativo genérico**

Locutor: Ahora les presentamos el segmento “el vecino destacado” donde resaltamos el trabajo de los héroes anónimos de cada sector, de cada parroquia y de cada cuadra... la vecina panadera, el taxista más amable o el ‘duro’ del ecuavoley... todos son vecinos destacados...

Locutora: Entonces no hablemos más y conozcamos a el vecino destacado de la loma grande: el es Paúl Castañeda, un músico no vidente...

**Control**                      **Intro Segmento # 5 “Vecino destacado”**

**Reportaje vecino destacado Loma grande**

Locutor: Estefy, ¿Qué le pareció el ‘chulla quiteño’ a ritmo de jazz?

Locutora: Impresionante Xavi, la creatividad del maestro Paúl Castañeda no tiene límites cuando está frente a un piano... quiero destacar la madurez social que existe tras esta historia... los vecinos de “la

loma grande” valoran al maestro Castañeda por su talento musical, independientemente de su discapacidad visual.

Locutor: Exacto Estefy, el respeto por quienes tienen capacidades especiales es una muestra de los buenos valores sociales que promulgamos... pero vecinas y vecinos no se desconecten de todos somos quito, regresamos en pocos instantes...

**Control** **Paso a genérico corte comercial**

**Corte comercial 3**

**Intro Segmento # 6 “Las noticias de tu barrio”**

Locutor: Terminamos nuestra visita por el barrio de la loma grande con las actividades que van a realizarse en este sector en las próximas semanas.

Locutores: Lectura de las noticias del barrio loma grande

Locutora: Llegamos a la parte final de su revista radial todos somos quito, agradecemos por su amable compañía...

**Control** **Paso a genérico despedida**

## Para el martes

A continuación se escriben los guiones tipo escaleta y los libretos de grabación para la emisión del martes de nuestra semana piloto que inicia a las 09:00 y que cuenta con una duración al aire de 60 minutos.

### Programa 02 parroquia Nayón - Escaleta

Horario	Segmento	Descripción	Conductores
09:00-09:05	Bienvenida	Saludo y bienvenida al programa	Xavier M. Estefanía P.
09:06-09:10	El cronista de tu barrio	Reportaje pregrabado sobre la parroquia	Xavier M. Estefanía P.
09:11-09:15	Corte 1		
09:16-09:20	Espacio musical tradicional	Espacio musical con música tradicional	Xavier M. Estefanía P.
09:21-09:25	Los problemas de tu barrio	Entrevista indagatoria sobre el crecimiento urbanístico del barrio	Xavier M. Estefanía P.
09:26-09:35	El invitado responde	Entrevista informativa a experto sobre el crecimiento urbanístico en Quito	Xavier M. Estefanía P.
09:36-09:40	Corte 2		
09:41-09:45	Las comunicaciones con los vecinos	Diálogo didáctico: Llamadas telefónicas con los oyentes, lectura de mensajes de redes sociales	Xavier M. Estefanía P.
09:46-09:50	El vecino destacado	Reportaje pregrabado sobre el vecino destacado parroquia de Nayón	Xavier M. Estefanía P.
09:51-09:55	Corte 3		

09:56–09:58	Noticias del barrio - agenda local	Noticias: notas informativas sobre la agenda local, conciertos, eventos benéficos de la parroquia	Xavier M. Estefanía P.
09:59–10:00	Despedida – cierre	Cierre del programa	Xavier M. Estefanía P.

**Programa 002** Parroquia Nayón – Libreto

**Título:** Programa 002 “Todos somos Quito” parroquia Nayón

**Formato:** Revista radial

**Duración:** 60 minutos

**Investigación:** Xavier Montero – Estefanía Páez

**Producción:** Xavier Montero – Estefanía Páez

**Fecha:** 8 de mayo 2012

**Control** **Intro genérico**

**Música de fondo entra y se mantiene durante la locución**

Locutora: Amiga y amigo, muy buen día le damos la bienvenida a el segundo programa de Todos somos Quito un proyecto de comunicación ciudadana que nace desde y para la comunidad.

Soy Estefanía Páez y junto a Xavier Montero en una emisión más de ¡‘Todos somos Quito’! ¡Xavi, buenos días, bienvenido!

Locutor: Mi querida Estefy que bonito iniciar este segundo programa con esa buena energía, con esa buena vibra que nos caracteriza a los quiteños y quiteñas.

Y justamente hoy vamos a levantar el ánimo a los oyentes pues iniciamos una nueva etapa en la movilidad de nuestra ciudad...



Estefy, se está viviendo una jornada caótica en el inicio de operaciones del corredor sur occidental que circula desde Quitumbe, en el sur de Quito, hasta el sector de Miraflores, en el centro norte...

Locutora: Así es Xavi para esta ruta de 13 kilómetros se diseñaron 23 paradas y según los estudios de movilidad, se suponía que el viaje duraría 40 minutos. El cabildo le apuesta al transporte público como solución de la movilidad en nuestra ciudad pero nos costará mucho adaptarnos a estos cambios... Xavi, se estableció que en este circuito se transporten cerca de 220 000 personas a diario... ese dato habla sobre las medidas que se deben tomar derivadas del crecimiento poblacional en Quito...

Locutor: ¿Cuántas personas vivimos en Quito?

Locutora: Xavi según datos del último censo poblacional del Instituto Nacional de estadísticas y censos, ya llegamos aproximadamente a los 2.239.191 en el distrito metropolitano de Quito...

Locutor: Entonces hablemos sobre el crecimiento demográfico en Quito mi querida Estefy.

Locutora: Perfecto Xavi, y que mejor que hablar de las nuevas vecinas y los nuevos vecinos de Quito, desde una parroquia ancestral que está compartiendo sus áridos paisajes con modernas edificaciones...

Que le parece amiga y usted amigo si nos acompañan para conocer la parroquia de Nayón...

**Control**                      **Intro Segmento # 1 “Cronista de tu barrio”**

**Reportaje pregrabado cronista de la parroquia Nayón**

**Locutor:**                      Qué gratificante es escuchar a una historiadora, por así llamarla, tan joven... agradecemos mucho a Aymé Quijia, quien también es parte de la directiva cultural de Nayón...

**Locutora:**                      Xavi tú estás feliz por el recibimiento que nos dieron los vecinos de Nayón... especialmente por las delicias gastronómicas que degustamos verdad... A ver si les cuentas un poquito más sobre esto a los queridos escuchas de Todos somos Quito.

**Locutor:**                      Oiga Estefy... como me hace quedar a mi usted... Los oyentes van a pensar que a uno le encantan los platos típicos... Pero dicha sea la verdad, para quienes van a asistir a esta feria de comidas ancestrales, que se realiza los segundos domingos de cada mes en la plaza central de Nayón, es necesario ir sin desayuno para no quedarse con las ganas de comer esas delicias ancestrales...

**Locutora:**                      Les soy sincera querido oyente, yo nunca había probado cebiche de huagrasinga... pero de la manera que preparan la Asociación de mujeres emprendedoras de Nayón es algo indescriptible... ojo, que este plato, según nos contaron, se acompaña con unas habas

japu y un buen vaso de champús, los otros platos como el yaguarlocro, los chochos con chulpi, las tortillas de maíz en tiesto... realmente una delicia!!!

Locutor: El champús tradicional hecho con naranjilla y mote... realmente una experiencia gastronómica inolvidable que les repetimos, se realiza los segundos domingos de cada mes en la plaza central de Nayón... y ya que nos abrimos el apetito que le parece si nos preparamos un cafecito mientras regresamos de el primer corte, aquí en todos somos quito.

#### **Control**                      **Paso a genérico corte comercial**

#### **Corte comercial 1**

#### **Identificativo genérico**

#### **Espacio musical**

Locutor: Muchas gracias por seguir junto a nosotros en este su segundo programa de todos somos quito.

El crecimiento urbanístico en la ciudad responde a una demanda habitacional que ha despuntado en la última década... según datos del banco del instituto ecuatoriano de seguridad social (biess) entre enero y marzo de este año se entregaron usd 518 millones en préstamos hipotecarios...

Locutora: Es decir son más de 28 000 afiliados los que han tramitado un crédito para obtener una vivienda desde el 2008. El Biess es sin un duda un actor fundamental en el sector inmobiliario, cerca del 60% de las hipotecas se tramitan con este banco público, pero esto se puede analizar desde dos facetas.

Locutor: Y es que los moradores de Nayón se muestran satisfechos por la llegada de nuevos vecinos a su sector. Sin embargo, no faltan los problemas relacionados con la venta de terrenos adjudicados como propiedades comunales... Por otro lado, los nuevos proyectos urbanísticos implican más compradores de plantas ornamentales en sus tiendas... Recordemos que este negocio es la base económica de la mayoría de moradores de Nayón... Pero mejor, escuche querido oyente las voces de los habitantes de Nayón.

---

**Control**                      **Intro segmento # 2 “Los problemas de tu barrio”**

**Entrevista pregrabada de los moradores sobre crecimiento urbanístico en Nayón**

Locutora: Es por eso que todos somos quito damos la bienvenida a Monserrate Hernández, experta en temas urbanísticos para referirnos al creciente fenómeno de urbanizaciones en los valles aledaños a quito, el incremento de la plusvalía de estos terrenos ancestrales y el crecimiento vertical de quito...

**Control**                      **Identificativo genérico**

**Intro segmento # 3 “El invitado responde”**

**Estudio**                      **Entrevista en vivo Monserrate Hernández**

Locutor:                      Agradecemos nuevamente la presencia de Monserrate Hernández en todos somos quito... pero no se despegue del dial que en seguida le contaremos sobre un emprendedor en Nayón que revolucionó las redes sociales desde el computador de su domicilio en el segmento, el vecino destacado.... ya volvemos...

**Control**                      **Paso a genérico corte comercial**

**Corte comercial 2**

**Intro segmento # 4 “Los vecinos en línea”**

Locutora:                      Porque las comunicaciones de los oyentes son lo más importante para quienes hacemos Todos somos Quito llegamos al segmento ‘Los vecinos en línea’ y usted puede comunicarse con el programa a través de las redes sociales. En Twitter como:

Locutor:                      @todossomosquito

Locutora:                      ¿En Facebook?

Locutor:                      Nos encuentra como

Locutora:                      Todos somos Quito o comuníquese a nuestro estudio al 273 1578 o al 265 4321.

Locutores: Lectura de mensajes de Facebook y Twitter

**Control**                      **Identificativo genérico**

**Intro Segmento # 5 “Vecino destacado”**

Locutor: Así es querido radioescucha llegamos al segmento donde resaltamos el trabajo de los héroes anónimos de cada sector, de cada parroquia y de cada cuadra: le presentamos: ‘El vecino destacado’

Locutora: El vecino destacado es Edwin Pumisacho. El creador del sitio web [www.minayón.com](http://www.minayón.com) que se popularizó desde hace siete años por consolidarse en una vitrina de las plantas ornamentales que se comercializan en esta parroquia...

Le invitamos a que conozcas la historia de Edwin Pumisacho aquí en todos somos quito.

**Control**                      **Intro Segmento # 5 “Vecino destacado”**

**Reportaje pregrabado el vecino destacado Nayón**

Locutor: Edwin también fue el creador de un sistema de sms gratuitos mediante el cual uno podía enviar mensajes de texto gratuitos... en realidad fue una herramienta hace unos nueve años Estefy...

Locutora: Si Xavi, ya lo recuerdo... es impresionante el ver el ingenio de los desarrolladores de software... por cierto, un saludo a los

estudiantes de la escuela politécnica de Chimborazo que mañana salen rumbo a Washington para representar a Latinoamérica en la convención de invenciones de Microsoft.

Locutor:           Vea nomás que calidad de ingenieros es lo que tenemos en el país... así que si tiene un vecino destacado puede comunicarse a los contactos en redes sociales...

Y regresamos en pocos instantes aquí en todos somos quito...

**Control**                   **Paso a genérico corte comercial**

**Corte comercial 3**

**Intro Segmento # 6 “Las noticias de tu barrio”**

Locutor:           Terminamos nuestra visita por la parroquia de Nayón con las actividades que van a realizarse en este sector en las próximas semanas.

Locutores:       Lectura de las noticias de la parroquia Nayón

Locutora:       Llegamos a la parte final de su revista radial todos somos quito, le agradecemos por su amable compañía y le invitamos a que nos acompañe el día de mañana a partir de las 09:00 en este su programa todos somos quito

**Control**                   **Paso a genérico despedida**

## Para el miércoles

A continuación se escriben los guiones tipo escaleta y los libretos de grabación para la emisión del miércoles de nuestra semana piloto que inicia a las 09:00 y que cuenta con una duración al aire de 60 minutos.

### Programa 03la comuna - escaleta

Horario	Segmento	Descripción	Conductores
09:00-09:05	Bienvenida	Saludo y bienvenida al programa	Xavier M. Estefanía P.
09:06-09:10	El cronista de tu barrio	Reportaje pregrabado sobre el barrio la comuna	Xavier M. Estefanía P.
09:11-09:15	Corte 1		
09:16-09:20	Espacio musical tradicional	Espacio musical con música tradicional	Xavier M. Estefanía P.
09:21-09:25	Los problemas de tu barrio	Entrevista indagatoria –sobre la movilidad en el barrio	Xavier M. Estefanía P.
09:26-09:35	El invitado responde	Entrevista informativa a experto sobre la movilidad en quito	Xavier M. Estefanía P.
09:36-09:40	Corte 2		
09:41-09:45	Las comunicaciones con los vecinos	Diálogo didáctico: llamadas telefónicas con los oyentes, lectura de mensajes de redes sociales	Xavier M. Estefanía P.
09:46-09:50	El vecino destacado	Reportaje pregrabado sobre el vecino destacado de la comuna	Xavier M. Estefanía P.
09:51-09:55	Corte 3		



09:56–09:58	Noticias del barrio - agenda local	Noticias: Notas informativas sobre la agenda local, conciertos, eventos benéficos de la comuna	Xavier M. Estefanía P.
-------------	---------------------------------------	--	---------------------------

### **Programa 003 La Comuna – Libreto**

**Título:** Programa 003 “Todos somos Quito” La comuna

**Formato:** Revista radial

**Duración:** 60 minutos

**Investigación:** Xavier Montero – Estefanía Páez

**Producción:** Xavier Montero – Estefanía Páez

**Fecha:** 9 de mayo 2012

#### **Control                      Intro genérico**

#### **Pista ‘Café’ de esto es eso entra y se mantiene durante la locución**

Locutora: Muy buen día querido amiga y amigo,

Soy Estefanía Páez y junto a Xavier Montero les damos la bienvenida a su revista radial ‘Todos somos Quito’.

Llegamos a la mitad de la semana y es un gusto iniciar esta mañana con buen ánimo, con los ritmos alegres de la banda quiteña ‘esto es eso’... ¿Xavi tú también inicias las mañanas con una buena taza de café?

Locutor: Pues si Estefy, al igual que muchos de los oyentes que ya se encuentran en sus lugares de trabajo acostumbro a tomar un rico ‘café de altura’ cultivado en Loja... y con otro rico sorbito les decimos bienvenidos y bienvenidas... aquí iniciamos Todos somos Quito.

**Control**                      **Identificativo genérico**

Locutora: De seguro algunos nuestras radioescuchas ya están iniciando su jornada laboral y pasaron momentos de tensión en las primeras horas de la mañana mientras se movilizaban a sus destinos...

Locutor: Según datos de la secretaría de movilidad más de 600 000 personas se movilizan en los corredores del trole, la Ecovía y el Metrobús atravesando quito cada día.

Locutora: Es por eso que el tema de hoy en todos somos quito es la movilidad dentro de nuestra ciudad... Un tópico muy común en la actualidad pero que, consideramos, se lo debería conversar desde la repartición de las frecuencias para atender a los barrios de quito.

Locutor: Y es increíble que, mientras en barrios como Solanda, existen siete líneas de buses para que los vecinos se movilicen, en sectores como la comuna de santa clara de San Millán existan solo dos líneas para que se movilicen a más de 90 000 habitantes.

Locutora: Por eso en miércoles, en todos somos quito nos prendemos los motores e iniciamos por conocer la historia de este barrio ubicado en el occidente capitalino con los relatos de sus propios habitantes. Iniciamos con el primer segmento... uno de los favoritos de Xavi: El cronista de tu barrio...

**Control**      Intro Segmento # 1 “Cronista de tu barrio”

Reportaje pregrabado sobre la historia del sector “La Comuna”

Locutor: Este sector capitalino está presente desde 1537, ya lo escuchamos gracias al vecino Germánico Yaguari... Lo interesante de la comuna de santa clara de San Millán que es un barrio que ha trabajado mucho en restablecer su imagen como un sector seguro y unido dentro de Quito. Estefy, que loable el trabajo del grupo de danza ‘ñucanchi allpa’.

Locutora: Si Xavi... es por esto que estos aplausos van dedicados a ese grupo de jóvenes que quieren, que han tomado la iniciativa en la promulgación de esta comuna originaria que, en si, no es un barrio de Quito...

Locutor: Ese es uno de los principales inconvenientes que los moradores de la comuna de santa clara de San Millán nos comentaron en nuestra visita... al mantener la imagen de ‘comuna’ no poseen escrituras sobre sus terrenos, es decir, se les dificulta el realizar préstamos hipotecarios en las instituciones financieras... pero otro de los

inconvenientes que nos comunicaron está relacionado con la movilidad de sus moradores.

Locutora: En este sector existen dos líneas de buses que avanzan hasta las laderas del pichincha, son las líneas alfa y 15 de octubre. unos 30 autobuses circulan por las empinadas calles de la comuna de santa clara de San Millán pero, no abastecen la totalidad de las necesidades de los moradores. la occidental se cierra a dos carriles en este sector convirtiéndolo en un cuello de botella para quienes circulan por los túneles hacia el norte y sur de quito.

Locutor: Pero de esto y más seguiremos conversando en el siguiente segmento ‘el invitado responde’... ya regresamos no cambies de emisora que continuamos en pocos instantes...

## **Control** **Paso a genérico corte comercial**

### **Corte comercial 1**

### **Identificativo genérico**

### **Espacio musical (set de música tradicional)**

### **Intro segmento # 2 “Los problemas de tu barrio”**

### **Entrevista pregrabada de los moradores sobre movilidad la** **Comuna**

Locutora: Y para darnos una visión más amplia sobre el tema de la movilidad en nuestra urbe contamos con la opinión de Guillermo Abad, director de justicia vial a quien agradecemos de antemano por sus comentarios...

**Control**                      **Identificativo genérico**

**Intro segmento # 3 “El invitado responde”**

Estudio                      **Entrevista a Guillermo Abad**

Locutor: Agradecemos nuevamente la presencia de Guillermo Abad en el espacio de entrevistas en todos somos quito... al regresar les llega el vecino destacado desde la comuna de Santa Clara de San Millán...

**Control**                      **Paso a genérico corte comercial**

**Corte comercial 2**

**Intro Segmento # 4 “Los vecinos en línea”**

Locutora: Las comunicaciones que usted, querido oyente, nos envía mediante las redes sociales son lo más importante para todos somos quito... en Twitter...

Locutor: @todossomosquito

Locutora: En Facebook

Locutora: Como Todos somos Quito o a nuestros estudios al 273 1578 o al 265 4321.

Locutores: Lectura de mensajes de Facebook y Twitter

**Control                      Identificativo genérico todos somos quito**

Locutor: Quiero contarles una infidencia de nuestra visita a la comuna de santa clara de San Millán y es que, yo no conocía las destrezas de Estefy para los deportes tradicionales... A ver, voy a ser más específico, pasa que nos invitaron para conocer cómo se juegan los ‘cocos’, y es que Estefy me demostró la buena puntería que le caracteriza... ¿Cuántas veces le diste al blanco Estefy?

Locutora: Acerté cinco veces y hasta gané el juego... Pero no lo hubiese podido hacer sin la ayuda del vecino Raúl Espinosa, el vecino destacado de la comuna de santa clara de San Millán...

**Control                      Intro Segmento # 5 “Vecino destacado”**

**Reportaje pregrabado sobre el vecino destacado de la Comuna**

Locutor: Estefy es tan reconfortante el que estos juegos tradicionales sigan vigentes en estos barrios... y lo más importante es que los jóvenes sigan practicándolos ya que son muy entretenidos.

Locutora: Por eso le invitamos a que recorra la comuna de santa clara de San Millán... a las autoridades pertinentes, que un mirador en este

sitio podría realzar las privilegiada vista de los vecinos de este sector...

Locutor: Querido radioescucha no te desconectes de todos somos quito regresamos en pocos instantes...

**Control**                      **Paso a genérico corte comercial**

**Corte comercial 3**

**IntroSegmento # 6 “Las noticias de tu barrio”**

Locutor: Terminamos nuestra visita por el sector de la comuna de santa clara de San Millán con las actividades que van a realizarse en este sector en las próximas semanas.

Locutores: Lectura de las noticias del barrio loma grande

Locutora: Llegamos a la parte final de su revista radial todos somos Quito, le agradecemos por su amable compañía y le invitamos a que nos acompañe todos los días a partir de las 09:00 en este, su programa

**Control**                      **Genérico despedida todos somos Quito**



## Para el jueves

A continuación se escriben los guiones tipo escaleta y los libretos de grabación para la emisión del jueves de nuestra semana piloto que inicia a las 09:00 y que cuenta con una duración al aire de 60 minutos.

### Programa 04 barrio el Tingo - escaleta

Horario	Segmento	Descripción	Conductores
09:00-09:05	Bienvenida	Saludo y bienvenida al programa	Xavier M. Estefanía P.
09:06-09:10	El cronista de tu barrio	Reportaje pregrabado sobre el barrio	Xavier M. Estefanía P.
09:11-09:15	Corte 1		
09:16-09:20	Espacio musical tradicional	Espacio musical con música tradicional	Xavier M. Estefanía P.
09:21-09:25	Los problemas de tu barrio	Entrevista indagatoria de los moradores sobre la inseguridad del barrio	Xavier M. Estefanía P.
09:26-09:35	El invitado responde	Entrevista informativa a experto sobre la inseguridad en quito	Xavier M. Estefanía P.
09:36-09:40	Corte 2		
09:41-09:45	Las comunicaciones con los vecinos	Dialogo didáctico: llamadas telefónicas con los oyentes, lectura de mensajes de redes sociales	Xavier M. Estefanía P.
09:46-09:50	La vecina destacada	Reportaje pregrabado sobre la vecina destacada del Tingo	Xavier M. Estefanía P.
09:51-09:55	Corte 3		
09:56-09:58	Noticias del barrio -	Noticias: notas informativas sobre la agenda	Xavier M.

	agenda local	local, conciertos, eventos benéficos del barrio el Tingo	Estefanía P.
09:59–10:00	Despedida – cierre	Cierre del programa	Xavier M. Estefanía P.

## **Programa 004 - El Tingo**

**Título:** Programa 004 “Todos somos Quito” El Tingo

**Formato:** Revista radial

**Duración:** 60 minutos

**Investigación:** Xavier Montero – Estefanía Páez

**Producción:** Xavier Montero – Estefanía Páez

**Fecha:** 10 de mayo 2012

**Control** **Intro genérico**

### **Pista de fondo entra y se mantiene durante la locución**

Locutora: Amigas y amigos ¡llegamos al jueves! muy buenos días...

Locutor: Estefy, buenos días ya casi nos alistamos a la llegada del fin de semana y el clima de Quito nos ha sorprendido durante estos días, usted qué opina querida amiga, querido amigo ¿no ha sentido que estamos en un clima veraniego en pleno mayo?

Locutora: Este clima me hace recordar mis tiempos de niñez en el hermoso barrio de Ponciano, Xavier... Cuando los sigses colmaban la autopista Córdova Galarza y era un paseo ir a cortar los carrizos para armar las cometas.

Locutor: Con este clima a uno le dan ganas de refrescarse con una rica gaseosa de mora con un sanduchito de pernil... o usted amigo, amiga, qué hace para refrescarse de este clima veraniego a inicios del año... Cuéntenos, comuníquese con todos somos quito en este momento al 2731578 o envíenos un mensaje a nuestras redes sociales... En Twitter como @todosomosquito o en el muro de Facebook como todos somos quito...

**Control**                      **Sube música de fondo y desaparece**

**Genérico todos somos quito**

Locutora: Enseguida contamos con un tuit de nuestra vecina Gloria Basantes, moradora del barrio el tingo, quien nos comenta que para refrescar este clima no hay nada mejor que visitar los balnearios del tingo... Xavi, hace cuanto que no vas a nadar en las nuevas piscinas públicas del Tingo.

Locutor: Estuve hace poco tiempo por ahí realmente es impresionante el cambio que han tenido las piscinas del tingo... y si hablamos de este barrio de la parroquia de Alangasí es porque se trata de una parroquia rural del cantón Quito, y por cierto una parroquia con gran tradición artística, turística y culinaria... Pero para acercarnos más al barrio del Tingo les presentarles a el cronista tu barrio ...

**Control****Intro Segmento # 1 “cronista de tu barrio”****Reportaje pregrabado sobre la historia del barrio “el tingo”**

Locutor: Estimada amiga y amigo... ¿se ha tomado alguna fotografía junto al monumento al mastodonte que está en el barrio el Tingo? que interesante el conocer que estos animales prehistóricos habitaron las faldas del volcán Ilaló y que a tan solo 35 minutos de Quito podemos contar con una temperatura que oscila los 20° en el valle de Alangasí

Locutora: Xavi, yo si me tomé una foto con el mastodonte en este parque municipal que incluso conserva una vertiente natural de las aguas termales... ya el vecino Edwin Tocte nos habló sobre la historia del nombre de este barrio que cuenta con 8 000 habitantes... a quienes les enviamos un caluroso saludo...

Locutor: Así es Estefy, pero es tiempo de ir con el primer corte comercial, estimada amiga no se desconecte de todos somos Quito que en pocos instantes seguiremos hablando sobre las aguas termales del tingo en el recorrido por ese barrio... regresamos a todos somos Quito...

**Control****Paso a genérico corte comercial****Corte comercial 1****Identificativo genérico**

### **Espacio musical (set de música tradicional)**

Locutor: El tema de la salubridad no solo se enmarca en la cantidad de hospitales con los que cuenta una población... Es el adecuado uso de los recursos públicos para que los ciudadanos puedan mantenerse activos y saludables para contribuir a su sociedad... Usted amigo, usted amiga... ¿Hace cuánto que no visita a su médico? ¿Sabía usted que según registros de la organización mundial de alimentos, países como el Ecuador cuentan con índices de hasta el 30% de obesidad en habitantes mayores a los 25 años?

Locutora: La mala alimentación es sin duda un problema para nuestras sociedades pero lo más alarmante son los altos índices de muertes derivadas de problemas coronarios. el sedentarismo es un mal que termina con la población de manera silenciosa... por tal motivo salimos a recorrer las calles para buscar sus opiniones queridos oyentes.

### **Control                      Intro Segmento # 2 “Los problemas de tu barrio”**

#### **Entrevista indagatoria–charla testimonial pregrabada de los moradores salubridad**

Locutora: Y para darnos una visión más amplia sobre el tema de la salubridad en nuestra ciudad, contamos con la presencia de Eva Guzmán, Directora de la fundación patronato San José a quien agradecemos de antemano por sus comentarios...

**Control**                      **Identificativo genérico**

**Intro segmento # 3 “La invitada responde”**

Estudio                      **Entrevista en vivo con especialista**

Locutor:                      Agradecemos nuevamente la presencia de Eva Guzmán en Todos  
somos Quito... pero no cambie de emisora querido amigo, querida  
amiga, suelte ese control remoto que en pocos instantes le  
contaremos la historia de nuestra vecina destaca, desde el barrio  
de el Tingo, al suroriente de Quito...

**Control**                      **Paso a genérico corte comercial**

**Corte comercial 2**

**Intro Segmento # 4 “Los vecinos en línea”**

Locutora:                      Las comunicaciones que usted, querido oyente, nos envía  
mediante las redes sociales son lo más importante para Todos  
somos Quito... en Twitter...

Locutor:                      @todossomosquito

Locutora:                      En Facebook

Locutor:                      como Todos somos Quito o comuníquese a nuestro estudio al 273  
1578 o al 265 4321.

Locutores:                      **Lectura de mensajes de Facebook y Twitter**

**Control      Identificativo genérico Todos somos Quito**

Locutor:                      Estimado amigo ¿Cuál es su plato típico favorito?

Locutora:                    El mío es el hornado, Xavi, realmente no hay nada más sabroso que un delicioso puerco hornado... Y como les hemos contado en el Tingo las cosas han cambiado e incluso felicitamos a la asociación de vendedoras de hornado ‘San Miguelito’ que nos informaron que están por obtener el registro sanitario para el mercado de el Tingo... Amiga y amigo... De estas mujeres trabajadoras que viven entre leñas y sabores exquisitos es de quienes les estamos hablando... Una de ellas... Nuestra vecina destacada de ‘El Tingo’.

**Control                      Intro Segmento # 5 “Vecina destacada”**

**Reportaje pregrabado vecina destacada El Tingo**

**Paso a genérico corte comercial “Todos somos Quito”**

**Corte comercial 3**

**Intro segmento # 6 “Las noticias de tu barrio”**

Locutor:                      Terminamos nuestra visita por el barrio de el tingo con las actividades que se realizarán en las próximas semanas.

Locutores:                    Lectura de las noticias del barrio el tingo



Locutora: Llegamos a la parte final de su revista radial todos somos Quito,  
les agradecemos por su amable compañía y les esperamos mañana  
a las 09:00

**Control                      Genérico despedida todos somos Quito**

## Para el viernes

A continuación se escriben los guiones tipo escaleta y los libretos de grabación para la emisión del viernes de nuestra semana piloto que inicia a las 09:00 y que cuenta con una duración al aire de 60 minutos.

### Programa 05calle la Ronda - escaleta

Horario	Segmento	Descripción	Conductores
09:00-09:05	Bienvenida	Saludo y bienvenida al programa	Xavier M. Estefanía P.
09:06-09:10	El cronista de tu barrio	Reportaje pregrabado sobre la calle morales 'la ronda'	Xavier M. Estefanía P.
09:11-09:15	El vecino destacado	Reportaje pregrabado sobre el vecino destacado calle morales	Xavier M. Estefanía P.
09:16-09:20	Corte 1		
09:21-09:25	Las comunicaciones con los vecinos	Dialogo didáctico: llamadas telefónicas con los oyentes, lectura de mensajes de redes sociales	Xavier M. Estefanía P.
09:26-09:30	Corte 2		
09:31-09:46	Al ritmo de mi barrio	Radio reportaje y entrevista al grupo musical estación 13	Xavier M. Estefanía P.
09:47-09:51	Corte 3		
09:52-09:57	Noticias del barrio - agenda local	Noticias: notas informativas sobre la agenda local, conciertos, eventos benéficos del barrio	Xavier M. Estefanía P.
09:58-10:00	Despedida – cierre	Despedida	Xavier M. Estefanía P.

**Programa 005 – la Ronda**

**Título:** Programa 004 “Todos somos Quito”

**La Ronda**

**Formato:** Revista radial

**Duración:** 60 minutos

**Investigación:** Xavier Montero – Estefanía Páez

**Producción:** Xavier Montero – Estefanía Páez

**Fecha:** 11 de mayo 2012

**Control** **Intro genérico**

**Pista de fondo entra y se mantiene durante la locución**

Locutora: Empieza el fin de semana y la música alegre este quinto programa de su revista radial todos somos quito. es gratificante para nosotros contar con su presencia querida amigo y querido amigo... estamos cerrando la primera semana de transmisiones de conocer los barrios, las historias de los vecinos destacados, la agenda de sus barrios... le damos la bienvenida al viernes con un caluroso saludo a los escuchas de todos somos quito

Locutor: Bienvenidos nuevamente a este espacio hecho para ustedes, nuestras vecinas y los vecinos, que nos acompañan desde sus hogares, desde las calles, mientras viajan a dejar a sus niños a la escuela, mientras cocinan su desayuno, mientras viajan a sus trabajos. Muchas gracias por su fidelidad y sean bienvenidos a este programa especial por fin de semana... iniciamos todos somos quito.

**Control**                      **Identificativo genérico todos somos quito**

Locutora: Quiero comentarte Xavi que este programa es especial porque vamos a contar historias sobre artistas quiteños. pero no se trata de quienes han conseguido una fama en los grandes escenarios nacionales o internacionales. Son aquellos artistas musicales que esperan en las paradas de bus para subirse a las tarimas... estimado oyente, ¿hace cuánto que no apoya a un artista popular con el que comparte en el transporte público?

**Control**                      **Identificativo genérico Todos somos Quito**

Locutora: En Todos somos Quito, la prioridad son las historias de la gente que no tiene espacios para contarlas. La calidad de los artistas es indudable. Sin embargo existen los otros artistas que no tienen la capacidad económica, el chance, de prosperar en la vida musical. pero aquí si tienen cabida. Les vamos a presentar en este día la

historia de Segundo y Carmita, la historia del Charro de los buses, y contaremos con la presencia de dos jóvenes promesas de la balada romántica, se trata del grupo estación 13.

Locutor: Pero antes de contar estas historias que le parece Estefy si comenzamos por el segmento el cronista de tu barrio. Con la historia de julio cañar, un músico reconocido internacionalmente cuyo nombre es desconocido para algunos de los escuchas.

Locutora El es el compositor del Yaraví “Sangre Quiteña”, un ritmo muy escuchado pero poco recordado. Su hijo, ahora de 85 años nos recuerda la historia de su padre. don julio cañar en el cronista de tu barrio. Hoy con la memorias de la bohemia en Quito.

**Control** **Intro Segmento # 1 “Cronista de tu barrio”**

**Reportaje pregrabado el cronista de La Ronda**

Locutor: ¿Cuántos músicos más pasan desapercibidos por nuestras calles? Al inicio de la semana les presentamos la historia de el vecino Paúl Castañeda, a quien por cierto, enviamos un saludo enorme pues se integró a la banda de pueblo de Alangasí. Esta agrupación con más de 40 años de vida fue considerada la mejor banda de pueblo en el segundo concurso de bandas quito, que se desarrolló el pasado diciembre. Definitivamente la vena musical de los quiteños está presente en cada esquina y plaza. Muchas gracias

nuevamente a don julio cañar por recordarnos la importancia de su padre en el segmento “El cronista de tu barrio”.

Locutora: Xavi te cuento que acabamos de recibir un mensaje a nuestra dirección en Facebook todos somos quito para hacernos acuerdo que la bohemia en quito tiene como su mayor exponente a Medardo Ángel Silva y a la reina de la canción ecuatoriana, a doña Carlota Jaramillo.

Locutor: Vamos entonces a escuchar una canción de la grande de la música ecuatoriana, a doña Carlota Jaramillo, en un pasillo ícono de la memoria musical ecuatoriana... sendas distintas...

#### **Control Pasillo sendas distintas**

#### **Identificativo genérico**

Locutor: Así iniciamos el viernes en todos somos Quito este día musical para compartir con usted querido oyente el fin de semana. Pero aún no nos llama, no nos escribe a nuestras redes sociales, ¿qué espera? en Twitter nos encuentra como @todosomosquito o en Facebook como todos somos quito

Locutora: Le invitamos entonces a que se comuniquen con nosotros mientras escuchamos a los vecinos destacados. esta es la historia de Segundo y Carmita... una historia de amor y persistencia para el trabajo.... estamos en Todos somos Quito.

**Control**                      **Intro segmento # 5 “Vecino destacado”**

**Reportaje el vecino destacado “La Ronda”**

**Paso genérico a corte comercial**

**Corte comercial 1**

**Identificativo genérico**

**Intro segmento # 4 “Los vecinos en línea”**

Locutora:                      Las comunicaciones que usted, querido oyente, nos envía  
mediante las redes sociales son lo más importante para todos  
somos quito... en Twitter...

Locutor                        @todossomosquito

Locutora                      En Facebook

Locutora                      Como Todos somos Quito a los estudios al 273 1578 o al 265  
4321.

Locutores                      Lectura de mensajes de Facebook y Twitter

**Control**                      **Paso genérico a corte comercial**

**Corte comercial 2**

**Intro segmento al ritmo de tu barrio**

Locutor: Llegamos a un segmento muy esperado durante la semana. Este es el espacio para darles a conocer a usted querido radioescucha, el talento que nace en las calles de Quito, de quienes se suben a los buses, se plantan en la plazas, esperando una contribución para seguir ganándose la vida, como ellos mismo dicen.

Locutora: es para mí un gusto ver a estos dos jóvenes que ya están dándose cita a los estudios. Tan jóvenes y tan talentosos. yo he tenido la oportunidad de escucharlos en una unidad del metrobús, justo cuando me dirigía hacia el centro de quito, los escuché y me fascinó el conocer su historia.

Locutor: Entonces damos la bienvenida a los invitados para el segmento “al ritmo de tu barrio”. Se trata de los buenos amigos de estación 13.

**Estudio                      Entrevista en vivo con el grupo musical calle 13**

**Presentación artística en vivo**

**Control                      pasó genérico a corte comercial**

**Corte comercial 3**

Intro Segmento # 6 “Las noticias de tu barrio”

Locutor: Ahora les contamos las actividades que van a realizarse en la agenda cultural para fin de semana... Para que no se quede en casa... Le invitamos a que participe de las siguientes actividades.



Locutores:           Lectura de la agenda cultural

Locutora:           Llegamos a la parte final de su revista radial todos somos Quito,  
agradecemos por su amable compañía y les invitamos a que nos  
acompañen el día lunes a partir de las 09:00 le esperamos

**Control           Genérico despedida todos somos Quito**

## 5.2 La validación del producto

Una vez que se realizó el análisis de los resultados que arrojó la encuesta de sondeo de opinión y confirmación—en parte—de que la comunidad Quiteña, quiere que se generen medios de comunicación alternativa (Cap. 3) se trabajó en la producción de la revista radial 'Todos somos Quito' una espacio comunicacional pensado para la ciudadanía.

Uno de los resultados no indicados, pero que es de importancia destacar, es la predisposición por parte de los encuestados para escuchar el programa. La ciudadanía, de acuerdo a los datos de la tabulación, sugiere la generación de espacios de comunicación diferente, donde la ciudadanía participe y este enfocado a llevar a conocimiento de los quiteños la realidad y la historia de algunos barrios capitalinos.

El proceso de validación del producto se realizó en los procesos:

ETAPAS	DESCRIPCIÓN
<b>Elaboración de Encuesta</b>	Se optó por la elaboración de una encuesta de opinión sobre uno de los programas producidos. Consta de nueve preguntas cerradas y una abierta. Las preguntas se elaboraron en base a lo que el equipo de producción propuso conocer para analizar las posibles falencias e identificar la viabilidad o no del programa
<b>Selección del Grupo focal</b>	Para seleccionar el grupo focal que escuchó el producto radial, se identificó a 50 mujeres, de preferencia amas de casa entre los 20 y 45 años de edad. Se buscó personas que cumplan con el perfil detallado anteriormente. La finalidad de esta selección apuntó primordialmente al establecimiento de un proceso censal viable y de rápida interpretación para los realizadores.
<b>Ejecución de la encuesta</b>	La encuesta se la realizó en dos lugares diferentes,

	<p>se lo hizo en sector de Cotocollao, con 19 mujeres encajadas dentro del perfil descrito. De Solanda (sur) colaboraron 17 mujeres más. El numero restante fue encuestado individualmente visitamos casas de los distintos sectores de Quito.</p> <p>En los lugares mencionados anteriormente, se dio a conocer con una pequeña introducción de lo que se trataba el producto, los asistentes escucharon nuestra programación, al finalizar cada segmento que tienen el producto se realizó un análisis con quienes nos colaboraron, de esta manera se pudieron receptar las distintas observaciones y recomendaciones.</p> <p>La presencia de autoridades y colaboración de los directivos de estos sectores fue fundamental para la ejecución de esta encuesta, debido a que fue con su ayuda que se logró que la convocatoria tenga acogida.</p>
--	--

## ENCUESTA DE VALIDACIÓN DEL PRODUCTO COMUNICATIVO

### Indicaciones

- Marque con una X la respuesta que usted seleccione.
  -
1. ¿Cuál es el nombre de la revista radial que acaba de escuchar?  
BUENOS DIAS QUITO ☐  
"Todos somos Quito" ☐  
LAS MAÑANAS DE QUITO ☐
  2. ¿Le pareció interesante la temática del programa radial?  
SI ☐ NO ☐
  3. ¿Los temas tratados en la revista radial fueron de actualidad?  
SI ☐ NO ☐
  4. ¿Considera que el tiempo de transmisión del programa radial fue el adecuado?  
SI ☐ NO ☐
  5. ¿En algún momento de la transmisión quiso comunicarse con el programa?  
SI ☐ NO ☐
  6. La conducción por parte de los locutores de la revista radial fue:  
DINÁMICA ☐ MEDIANAMENTE DINÁMICA ☐  
POCO DINÁMICA ☐ NADA DINÁMICA ☐
  7. ¿Cree usted que debe ser difundido en algún medio de comunicación?  
SI ☐ NO ☐
  8. ¿Cuál de estos segmentos fue el que más llamo su atención?  
CRONISTA DE TU BARRIO ☐ NOTICIAS DE TU BARRIO ☐  
VECINO DESTACADO ☐
  9. ¿Usted recomendaría escuchar este programa?  
SI ☐ NO ☐
  10. ¿Qué recomendaría a los productores de esta revista radial?

---

---

---

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

Para una mejor interpretación de las conclusiones del grupo objetivo evaluador se desarrollaron gráficos tras cada cuadro a fin de establecer una idea sobre la interpretación que se puede dar a la realidad arrojada con cada pregunta.

**P1. ¿Cuál es el nombre de la revista radial que acaba de escuchar?**

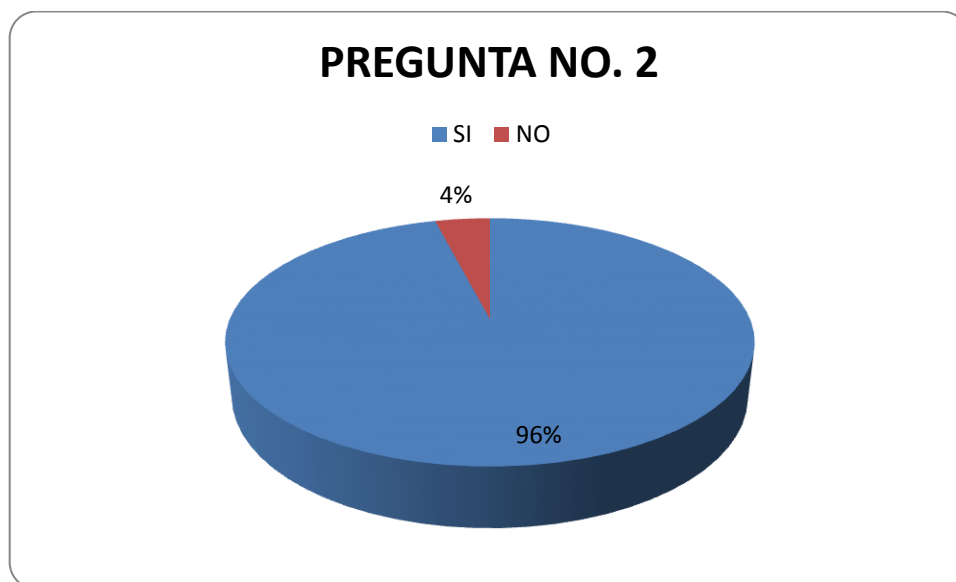


**Fuente:** Encuesta de Validación **Realización:** Estefanía Páez- Xavier Montero

Es contundente el resultado. El 78% de las encuestadas recordó el nombre del producto comunicativo, de la revista radial ‘Todos somos Quito’. Esto demuestra que se hizo un trabajo óptimo en cuanto a la consolidación de una imagen del producto radial ya que se logró generar recordación en los radioescuchas.

Tanto la elaboración de intros, cuñas, patas, colillas con el sello del programa lograron que los evaluados tuviesen presente el nombre del programa que terminaron de escuchar.

**P2** ¿Le pareció interesante la temática del programa radial?



**Fuente:** Encuesta de Validación      **Realización:** Estefanía Páez- Xavier Montero

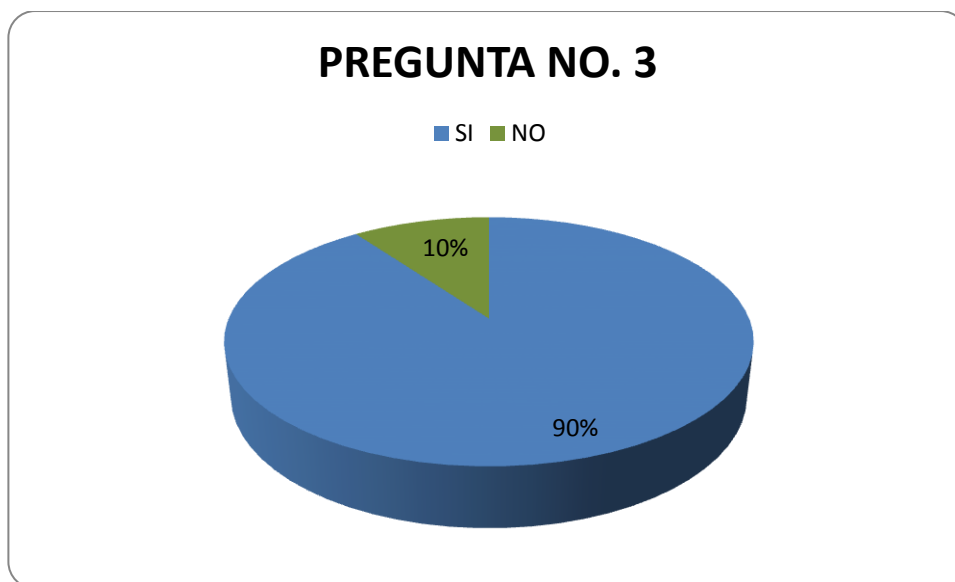
El 96 % del grupo encuestado, manifestó que la temática del programa radial es interesante, el ligar los temas de actualidad con la historia de cada barrio aportó un resultado positivo. De por sí, solo hablar de la historia de un barrio podría parecer ajeno a la realidad de los escuchas, sin embargo lo que nos dieron a conocer es que a partir de temas de interés de toda la ciudadanía como es la inseguridad, la temática se vuelve interesante y engancha al oyente.

Otro ejemplo es el capítulo Nayón, donde se abordó el tema de las medidas municipales para afrontar el crecimiento urbanístico desde la historia de un poblado ancestral que está compartiendo su espacio con nuevas edificaciones que transforman su paisaje.

El capítulo El Tingo, que habla sobre las piscinas termales propias del sector y que fue el gancho para topar el tema de la salubridad en la capital.

El 4% de los encuestados respondieron que no son de interés los temas tratados en nuestra revista radia, sugirieron que sería importante implementar temas que no sean frecuentes si no que se destaquen temas innovadores y que no sean conocidos.

**P3;** Los temas tratados en la revista radial fueron de actualidad?



**Fuente:** Encuesta de Validación

**Realización:** Estefanía Páez- Xavier Montero

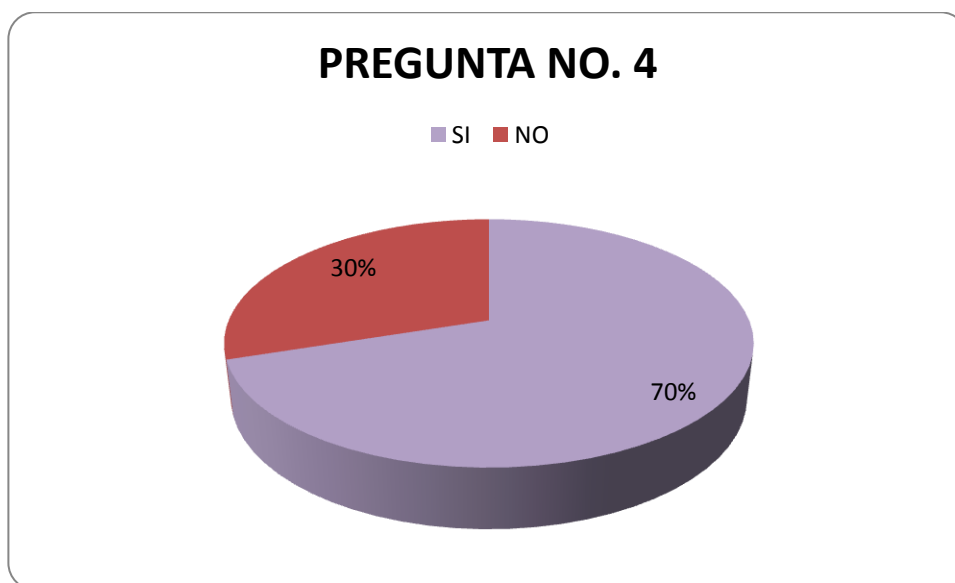
La pregunta hace referencia principalmente a la agenda cultural y de barrios que se plantea en cada programa, el 90% de las encuestadas contestó afirmativamente a la inquietud de que si le parecían de actualidad los temas tratados. Es evidente que las escuchas son personas activas que buscan salir de la cotidianidad y que no cuentan con un espacio o las noticias necesarias sobre las cientos de actividades culturales que se realizan en la capital.

Por otro lado, también refleja el acercamiento de los productores con la cotidianidad de Quito.

Un 10% respondió que los temas tratados en la revista radial no son de actualidad. Rosa Benavides ama de casa encuestada dijo “La inseguridad no es un tema de actualidad es un tema de siempre que no tiene solución”.

Por otro lado, también refleja el acercamiento de los productores con la cotidianidad de Quito.

**P4;** Considera que el tiempo de transmisión del programa radial fue el adecuado?



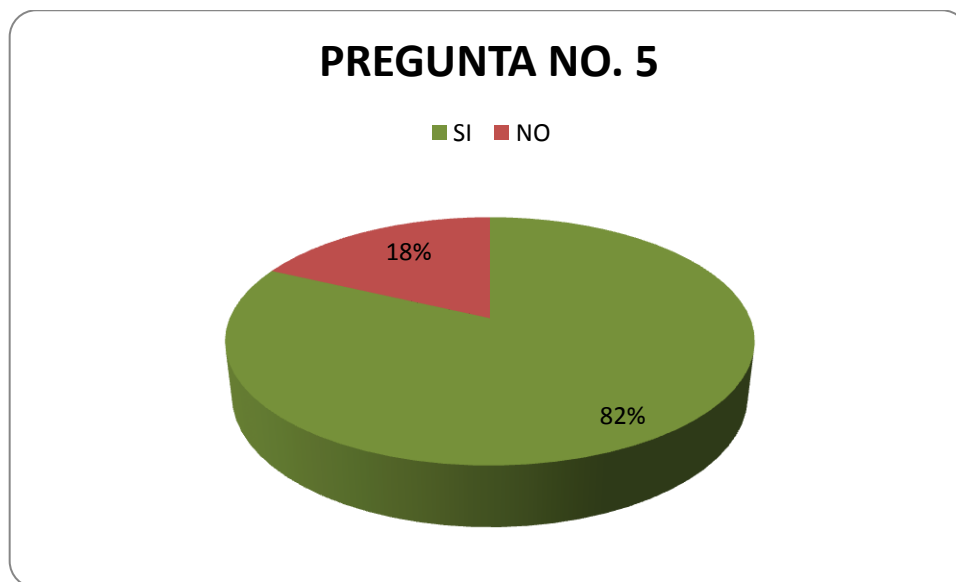
**Fuente:** Encuesta de Validación **Realización:** Estefanía Páez- Xavier Montero

El 60 % del grupo focal encuestado, considera que el tiempo de transmisión del producto radial ‘Todos somos Quito’ porque como lo afirmó Flor Yaguana, encuestada: “este programa de radio tiene de todo, es una hora donde hay de todo un poco, creo que si el tiempo de duración de este programa fuera de menos tiempo, los que escucharíamos quedaríamos con algunas inquietudes y quisiéramos saber más, en una hora de programa se logró informarse, entretenerse e incluso participar”

El resultado del 30% está inconforme con la duración del producto, expuso que es necesario ampliar más el tiempo de emisión debido a que así las personas que escuchan el programa podrán participar más en el programa mediante llamadas telefónicas y comentarios en redes sociales.



**P5;** En algún momento de la transmisión quiso comunicarse con el programa?



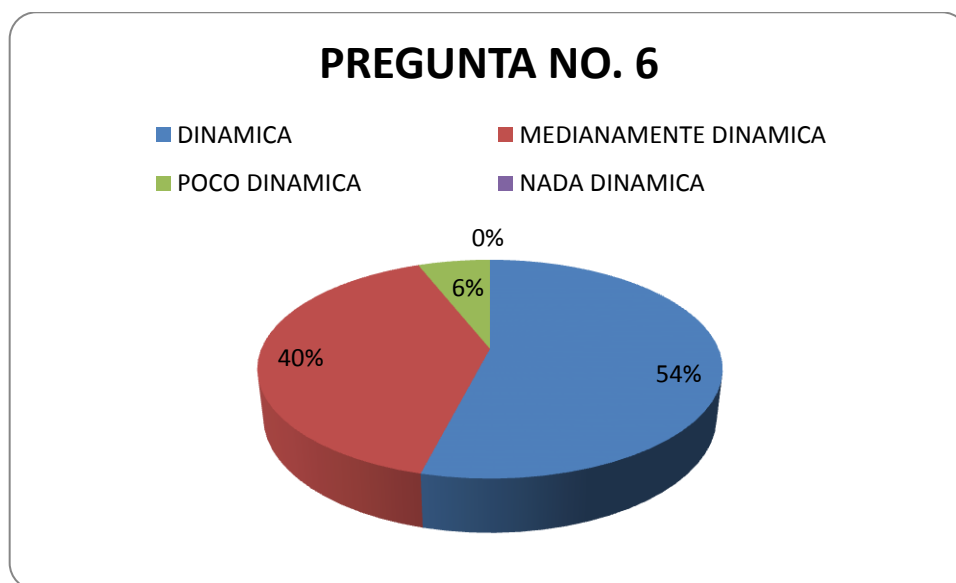
**Fuente:** Encuesta de Validación      **Realización:** Estefanía Páez- Xavier Montero

Un 82% de las encuestadas sintió en algún momento de la transmisión que quería comunicarse con el programa, afirman que nació la necesidad de opinar y llamar para dar su punto de vista ante los temas tratados, realizar preguntas al experto invitado, y pedir directamente soluciones inmediatas ante los problemas que se dieron a conocer en el programa.

Además destacaron que en varias ocasiones es imposible acceder a una línea telefónica debido a que se encuentran haciendo múltiples actividades y recalcaron la importancia de poder ser partícipes del programa mediante las redes sociales.

El 18% respondió negativamente, no quisieron comunicarse con el programa porque no les llamo la atención la temática, dijeron que si de alguna manera se realizaría concursos y se incentivara más al oyente con premios el interés por comunicarse sería mayor.

**P6**La conducción por parte de los locutores de la revista radial fue:

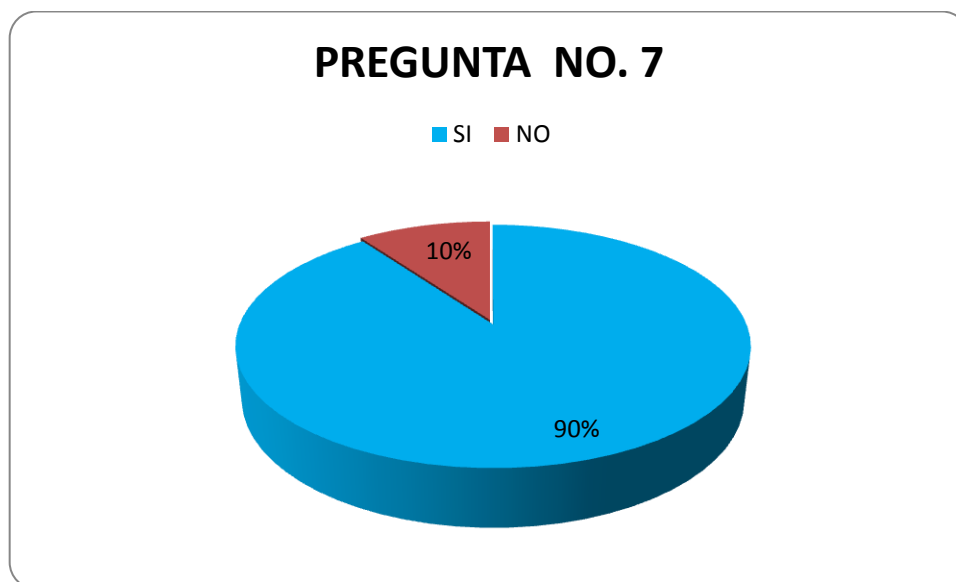


**Fuente:** Encuesta de Validación      **Realización:** Estefanía Páez- Xavier Montero

La falta de experiencia tras el micrófono de los realizadores y locutores se evidencia en este resultado. Un 40% de las encuestadas considera que la locución fue medianamente dinámica. Este resultado podría haber sido menos digerible sino se hubiese trabajado en la imagen corporativa y el dinamismo de la musicalización en cada bloque.

Sin embargo existe un 54% de las consultadas que consideró que la locución, por parte de los presentadores fue dinámica. Aseguraron que se sintieron motivados por el carisma que se proyectó por quienes conducían el programa. Los encuestados manifestaron que llamo mucho la atención la interacción y los diálogos que mantenían los locutores.

**P7:** Cree usted que este programa radial debe ser difundido en algún medio de comunicación?



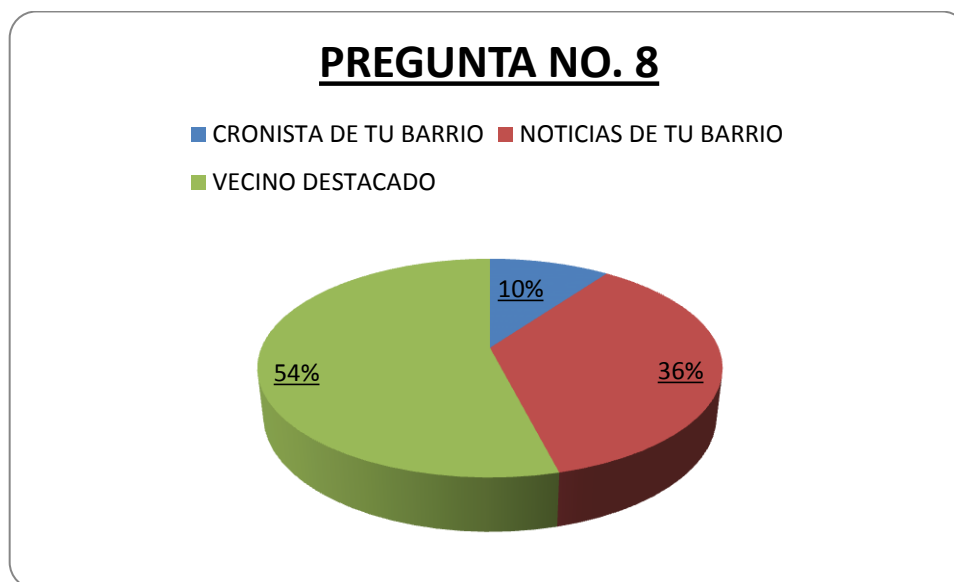
**Fuente:** Encuesta de Validación **Realización:** Estefanía Páez- Xavier Montero

Un 90% de las encuestadas considera que el programa debe ser transmitido. Esto refleja una realidad ya expuesta sobre la necesidad de que exista un producto comunicativo que cuente las historias de los barrios de la capital y que de una oportunidad a los escuchas de participar activamente de la producción del programa.

Es importante recalcar que la idiosincrasia propia del ecuatoriano podría crear una respuesta oculta tras los resultados tabulados. El sentido de que exista un compromiso entre el encuestado y el encuestador podría haber jugado un papel importante en esta pregunta. Es decir, podría haber influido el sentimiento de no decepcionar a los realizadores si se respondía negativamente al cuestionamiento.

Por otro lado está el aspecto de que realmente se trate de una recomendación de que la revista sea transmitida en señal abierta.

**P8** ¿Cuál de estos segmentos fue el que más llamo su atención?



**Fuente:** Encuesta de Validación      **Realización:** Estefanía Páez- Xavier Montero

El segmento Vecino Destacado despunta de entre los demás. El 58% respondió que el segmento favorito fue el mencionado anteriormente, esto principalmente por la jovialidad de los entrevistados, la temática de interés que realizan y por la calidad de la producción encaminada a resaltar las actividades más inesperadas.

Como el caso del vecino destacado de la Comuna de Santa Clara de San Millán, quien enseñó a los escuchas a jugar cocos. Las noticias de tu barrio (36%) llama la atención de los oyentes por contar no únicamente las actividades culturales sino los eventos propios de la vecindad.

El 36% dio a conocer que otro de los segmentos de su gusto fue las Noticias de tu barrio, debido a que se da a conocer las actividades de los barrios y se puede asistir a los eventos que hay en los barrios visitados.

El 10% de las encuestadas optó por el segmento “El Cronista de tu barrio” un segmento que entre quienes les gusto fue acogido debido a que mediante este, se conoce sobre historias de los Barrios.

**P9:** ¿Usted recomendaría escuchar este programa?



**Fuente:** Encuesta de Validación **Realización:** Estefanía Páez- Xavier Montero

Un 92% de las encuestadas comentó que sería adecuado el recomendar este programa a más personas. La interpretación podría explicar que la naturaleza del grupo objetivo es comunicativa. Este resultado podría leerse como una herramienta en cuánto al mercadeo del producto. El ‘boca a boca’ podría ser una opción de publicitar con resultados garantizados la revista radial.

Sonia Balseca, ama de casa encuestada dijo: “este programa es recomendable porque tratan temas de interés, permiten que nosotros como ciudadanos seamos parte de este programa, tiene un espacio musical entretenido, sobre todo es un programa que destaca las cosas positivas de los barrios y pone en conocimiento a las autoridades la realidad que vivimos”

Un 8% no considera apropiado el recomendar a otra persona el que escuche la revista radial ‘Todos somos Quito’. Este resultado se debe a que la temática a este grupo encuestado no le pareció interesante y la dinámica no le gusto, les pareció que es muy extenso el tiempo de transmisión.

**P10** ¿Qué recomendaría a los productores de esta revista radial?

Entre las recomendaciones obtenidas de las 50 encuestas realizadas a mujeres, amas de casa, cuyas edades oscilaban principalmente entre los 20 y 45 años, se destacan las siguientes:

- Que este programa sea transmitido por medios de comunicación al alcance del país.
- En el segmento 'Los problemas de tu barrio' se debería incorporar más voces de ciudadanos para que emitan su punto de vista al aire.
- Deberían tratar temas de escuela para padres.
- Deberían dar premios a los radioescuchas para fomentar la fidelidad.
- Sería bueno que traten el tema de la depresión posparto.
- El tema de gastronomía no debería limitarse a platos típicos.
- Sería bueno escuchar temas relacionados con manualidades.
- ¿Van a tratar temas de sexualidad?
- ¡Les felicito!
- El Vecino Destacado debe referirse a más personajes no solo a uno.
- Hablen sobre lugares para que gente se distraiga sanamente.
- Falta música para hacer entretenido al programa.
- Los locutores deberían ser más dinámicos
- El programa dura poco.
- Se debería hacer un segundo programa para contar los detalles que no terminaron de contar en un solo programa
- Deberían dar espacio para dar nuestra opinión sobre el Alcalde.

## **Conclusiones y recomendaciones.**

### **Conclusiones**

Luego de ocho meses de trabajo en la producción de la Revista Radial ‘Todos somos Quito’ se redacta las siguientes conclusiones:

- Un inconveniente en la producción de la Revista se relaciona directamente con las entrevistas ‘in situ’ de los protagonistas de la producción. En muchos casos, el público entrevistado no está predispuesto a colaborar con la grabación que le permita participar en la radiodifusión. Uno de los motivos que se identifica es que los directivos comunitarios, no han tenido una conexión con los medios de comunicación que les permita manejarse fácilmente frente a un micrófono.
- Gestionar una revista radial requiere de un nivel de experiencia medio y alto en cuanto a la producción radial. Este requisito previo es carente en las aulas universitarias. Más, en el hecho de acercarse a la ciudadanía. De allí se recaban experiencias, habilidades, conocimientos y herramientas comunicativas que permitan llevar adelante un producto.
- Producir la Revista tuvo un resultado óptimo. Los tabulados del grupo focal al que se realizó la encuesta son determinantes al establecer la necesidad real de comunicación alternativa del grupo objetivo que llegue de forma personal e integre a los escuchas a la agenda.
- Los medios de comunicación necesitan crear espacios alternativos para incluir a los ciudadanos en su agenda. Los lineamientos de trabajo ajenos a la economía y a la política son viables siempre y cuando exista la voluntad para desarrollarlos. El interactuar y dar a conocer las historias de los barrios de Quito implica un trabajo hacia la promoción de un concepto de identidad de morador de Quito.
- Recorrer 12 barrios y parroquias de Quito permitió a los realizadores conocer y empaparse de las diversas muestras culturales que pertenecen a un mismo Distrito Metropolitano. Identificar los personajes destacados de cada sector demuestra la

perseverancia, en la mayoría de casos, intangible por crear ambientes de buena convivencia entre la vecindad.

- La experiencia adquirida en la producción de la revista radial ‘Todos somos Quito’ es un trabajo, a decir de los realizadores, inolvidable. La aseveración radica en la implicación del proceso de investigación de barrios tan distantes del hipercentro, como el sector de Músculos y Rieles, el barrio Corazón de Jesús, entre otros.
- Los presupuestos para la producción no fueron calculados con exactitud. Principalmente el rubro destinado a la posproducción. La implicación de no tener un material en bruto de óptimas condiciones, por la poca experiencia de los entrevistados para expresarse en el micrófono. El pulir este aspecto tomó más tiempo del que se había establecido inicialmente.
- El tratamiento de fuentes es un oficio del que se requiere primordialmente en este tipo de productos. En el ejercicio comunicacional es indispensable la comprensión de las instancias que pueden crear opinión en un tema. De allí el que se pueda plantear a futuras generaciones la importancia de este tópico para su beneficio en el aspecto formativo y principalmente en la calidad de sus productos.



## **Recomendaciones**

Tras la elaboración del producto Revista Radial ‘Todos somos Quito’ se destacan las siguientes recomendaciones:

- La producción de la revista implica un trabajo de investigación previa sobre los barrios visitados y que se expondrán en el día a día. No es posible, por cuestión de recursos, visitar un barrio y tratar de obtener la información en un solo día, en una sola visita. En los 12 barrios visitados en el transcurso de ocho meses el acercamiento previo permitió el dar con los directivos barriales, quienes a su vez, nos comunicaron con los moradores más antiguos.
- Los costos de producción son elevados. Es necesario que la preproducción del programa tenga en cuenta los costos que implica la elaboración del producto. Principalmente, los gastos se enfocan en la adquisición de equipo profesional de grabación y edición de audio. El recurso humano implica un costo elevado por la necesidad de contar con un pos productor que pueda afinar la preproducción. La grabación en campo implica trabajar con gente que desconoce de modulación de voz o simplemente no tiene un sentido de pronunciación correcta. De allí el costo de la postproducción.
- Es indispensable la implementación de un trabajo continuo tanto en la redacción como el conocimiento sobre el desempeño frente a un entrevistado. Las deficiencias en estos dos campos se tradujeron en tiempos muertos e inexperiencia sobre el manejo de fuentes. La universidad, según consideran los autores, debe promover el trabajo de campo tanto para desarrollar en los estudiantes las capacidades o herramientas necesarias que se ha identificado.
- Las regalías deben ser dirigidas a músicos ecuatorianos. Por un sentido de identidad propia del producto, no se puede utilizar únicamente la musicalización de páginas de sonido ‘libre’ como se hace en este producto. El costo por canción de autor ecuatoriano bordea los USD 50 mensuales por utilización de la interpretación. En el caso de ‘Todos somos Quito’ se cuenta con la autorización escrita de los músicos lojanos Yahuarsónicos para utilizar sus dos canciones en nuestra imagen

corporativa. En el país existen músicos concertistas y acústicos que pueden realizar los colchones musicales.

- Duración. Es recomendable que se realice una preproducción por temporadas. El objetivo es contar con un colchón que permita jugar con la actualidad noticiosa que se suscita. Si se tiene un colchón es probable el que se pueda reprogramar la emisión de un capítulo dependiendo, por ejemplo, de las peticiones de la comunidad. La duración del programa debe mantenerse entre los 45 y 60 minutos para dar cabida a la exposición íntegra de la producción.

## **Bibliografía**

- ADORNO, Teodoro. Dialéctica Negativa. Ed. Taurus. Madrid, España. 1987.
- AGUIRRE, Carlos. Comunicación alternativa en la ciudad y en el barrio. Ed. LibriMundi. Madrid, España. 1979.
- ALFARO, Rosa. Una comunicación para otro desarrollo, Ed. Calandria. Lima, Perú. 1993.
- ARAYA, Carlos. Cómo planear un programa de Radio. San José, Costa Rica. Ed. Universidad de Costa Rica, 2004.
- ARAYA, Carlos. Manual de Producción Radiofónica Estudiantil. San José, Costa Rica. Ed. Universidad de Costa Rica. 2005.
- ARROYO, Daniel. La Descentralización Y La Participación Ciudadana En La Gestión Local, Ed. Omega, Bogotá, Colombia. 1999.
- BARBERO, Jesús. De los medios a las mediaciones. Ed. Gustavo Gili. México DF, México. 1992.
- BELTRÁN, Luís. Incomunicación y subdesarrollo en América Latina: el contenido de los mensajes de los medios masivos de comunicación. Documento presentado a la Asamblea General de AIERI. Buenos Aires. Argentina. 1979
- CABERO, José. Medios Audiovisuales Y Nuevas Tecnologías Para La Formación En El Siglo XXI. Ed. DM. Madrid, España, 1993.
- CANTAVELLA, Juan. Redacción para periodistas: informar o interpretar. 2004. Ed. Ariel. Barcelona – España. Pág. 41.
- CEBRIÁN, Mariano. La mediación técnica de la información Radiofónica. Ed. Mitre. Barcelona, España. 1998. Pág. 133.
- CHOMSKY, Noam. El Nuevo Orden Mundial, Ed. Taurus, Madrid, 1993.

- ESPINOSA, Manuel. Las memorias de mi Loma Grande. Distrito Metropolitano de Quito. Quito, Ecuador. 2003.
- GELLNER, Ernest. Naciones y Nacionalismos. Ed. Pinguino. Oxford, EE.UU. 1983.
- GIL, Rómulo. Hacia una definición de Radio, Ed. Taurus, México DF, México. 1987.
- GRUPO EL COMERCIO, Un siglo de vida. Ediecuatorial 2006.
- HANDLOSMAN, Michael. Joaquín Gallegos Lara y el “Síndrome de Falcón”: literatura, mestizaje e interculturalidad en el Ecuador. KIPUS Revista Andina de Letras. Ed. Universidad Andina Simón Bolívar. Quito, Ecuador. 2009
- KAPLÚN, Mario. Producción De Programas De Radio: El Guión Y La Realización. Ed. CIESPAL. Quito, Ecuador. 1999.
- KAPUSCINSKI, Ryszard, Encuentro Con El Otro, Ed. Anagrama, Bogotá – Colombia, 2007.
- LASWELL, Harold. Propaganda en la Guerra Mundial. Ed. Taurus, Madrid, España. 1993. Pág. 90 – 97.
- LÓPEZ, Gabriela. Cotacollao, memoria histórica y cultural. Distrito Metropolitano de Quito. Quito, Ecuador. 2006.
- LÓPEZ, Gabriela. Municipio del Distrito Metropolitano de Quito: Administración Manuela Sáenz: La Loma Grande. DMQ. Quito, Ecuador. 2007.
- LUZÁN, Victoria. Producción Radiofónica. Técnicas básicas. México DF, México. Ed. Trillas. 1999.
- MATTELART, Armand & Michéle. Historia de las teorías de la Comunicación. Ed. Paidós. Barcelona, España. 1998.
- MUÑOZ, Sonia. Barrio e identidad. Felafacs. Bogotá, Colombia. 2007.
- OGILY, David. Concepto de Radio. Ed. Paidós. Buenos Aires, Argentina. 1987.

PEREIRA, Alberto (Compilador). Lingüística para comunicadores. Editorial UPS. Quito, Ecuador, 1999.

<http://vivacomunicacionintegral.blogspot.com>

<http://www.infomedia.com.ec>

<http://www.aler.org/portal/index.php/documentos/category/20>

[http://www.cinetvecuador.com/web/index.php?option=com\\_content&view=section&layout=blog&id=4&Itemid=26](http://www.cinetvecuador.com/web/index.php?option=com_content&view=section&layout=blog&id=4&Itemid=26)

<http://www.comunica.org/chasqui/>

[http://www.conatel.gob.ec/site\\_conatel/index.php?option=com\\_content&view=article&id=313](http://www.conatel.gob.ec/site_conatel/index.php?option=com_content&view=article&id=313)

[www.voltairenet.org](http://www.voltairenet.org)

[www.freeplay.com](http://www.freeplay.com)

Entrevista a Esther Chiriboga realizada el 21 de noviembre del 2011.

Entrevista a Luis Goenaga realizada el 21 de noviembre del 2011.

Entrevista realiza al periodista comunitario Mario “El Vecino” Guayasamín en diciembre del 2010.

Entrevista realizada a Federico Buenaño en octubre del 2011.

Entrevista realizada a Fernando Carrión en septiembre del 2011.

Entrevista realizada a Gionathan Vizuite, gerente de Programación y Parrilla de EcuadorRadio en agosto del 2011.

Entrevista realizada a Héctor Poveda, morador del sector de La Kennedy en octubre del 2011.

Entrevista realizada a Jorge Yunda “Loro Homero”, gerente general radio Canela en noviembre del 2010.

Entrevista realizada a Julio Cañar, morador del barrio Loma Grande, en septiembre del 2011

Entrevista realizada a Marco Chiriboga Villaquirá en enero del 2012.

Entrevista realizada a María Aguilar, ex presidenta del barrio Corazón de Jesús en octubre del 2011.

Entrevista realizada a Mario Duque Naranjo en diciembre de 2010.

Entrevista vía telefónica a Laura Helena Calvache, gerenta de Recursos Humanos de Global Crossing en octubre de 2011.